



L'histoire du freeski

Sylvain Aymoz

► To cite this version:

| Sylvain Aymoz. L'histoire du freeski. Histoire. 2012. dumas-01147135

HAL Id: dumas-01147135

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01147135>

Submitted on 29 Apr 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITÉ PIERRE-MENDÈS-FRANCE

MASTER : Histoire et histoire de l'art

Histoire des sociétés – Modernes et contemporaines

Sylvain AYZOZ

L'histoire du freeski



2011-2012

Mémoire de Master 2 en Sciences humaines et sociales

Sous la direction d'Anne Dalmasso

UNIVERSITÉ PIERRE-MENDÈS-FRANCE

MASTER : Histoire et histoire de l'art

Histoire des sociétés – Modernes et contemporaines

Sylvain AYZOZ

L'histoire du freeski

2011-2012

Mémoire de Master 2 en Sciences humaines et sociales

Sous la direction d'Anne Dalmasso

Remerciements

Je souhaite tout d'abord remercier Mme Anne Dalmasso, Professeur des Universités pour l'intérêt qu'elle a porté à ce sujet qui me tenait à coeur. Merci également à tous les professeurs de ce Master qui ont une fois de plus, fait preuve d'ouverture d'esprit et de bienveillance à l'égard mon sujet d'étude.

Merci également à Elisabeth Trouillet, Lisbeth Kiebooms, Saturnin Champetier de Ribes, Emile Bertier et Sebastien Cotte pour la correction de mes trop nombreuses fautes d'orthographe.

Je voudrai aussi remercier ma famille, mes amis et tous les passionnés de freeski qui m'ont apporté leur soutien et leur expertise sur le sujet. Un merci tout particulier à mes amis du CTR-Crew et à toutes les personnes que je côtoie sur les pistes et en dehors depuis mon passage à l'Ecole de Glisse des Université de Grenoble et à U Ride.

SOMMAIRE

PARTIE I : REPÈRES BIBLIOGRAPHIQUES POUR UNE HISTOIRE DU FREESKI 5

1) L'utilisation d'études sur le ski 5

2) L'utilisation d'ouvrages généraux 5

a. Les apports de l'historiographie sur le tourisme et le sport 5

b. L'utilisation d'ouvrage économiques, sociologiques et juridiques 5

3) Un manque de documents concernant le freeski 5

PARTIE II : LES SOURCES 5

1) Les magazines et ouvrages spécialisés 5

2) Les Photographies 5

3) La vidéo 5

4) Internet comme principale source 5

a. Les sites internet 5

b. Le cas particulier des réseaux sociaux et des forums 5

5) Liste d'entretiens à privilégier pour une thèse 5

PARTIE III : L'HISTOIRE DU FREESKI 5

Introduction 5

| | |
|--|----------|
| Chapitre 1 : La création des gammes de skis destinées au freestyle et au freeride | 6 |
| Section 1 : Quand les fabricants historiques de ski se lancent sur le marché du freeski | 6 |
| Section 2 : La création de nouvelles marques spécialisées dans le freeski | 6 |
| Section 3 : l'innovation technique comme moteur du développement des skis destinés au freestyle et au freeride | 6 |
| Chapitre 2 : Le freeride et le freestyle en ski, un nouveau sport | 6 |
| Section 1 : La création du ski freestyle | 6 |
| Section 2 : Le freeride | 6 |
| Section 3 : Le freestyle backcountry | 6 |
| Chapitre 3 : Le freeski devient un sport de compétition et se professionnalise | 6 |
| Section 1 : La professionnalisation du sport par le sponsoring | 6 |
| <i>Le sponsoring par les marques de skis</i> | 6 |
| <i>D'autres équipementiers jouent un rôle fondamental dans la professionnalisation du freeski</i> | 6 |
| Section 2 : Le freeski, un sport de compétition | 6 |
| <i>Les compétitions de ski freestyle</i> | 6 |
| <i>Les compétitions de ski freestyle</i> | 6 |
| Chapitre 4 : La culture du freeski | 6 |
| Section 1 : Une philosophie qui s'éloigne de celle du ski alpin | 6 |
| Section 2 : Les apports de la culture des sports de glisse | 6 |
| Section 3 : La création d'une identité de groupe autour du freeski | 6 |
| <i>Des codes culturels</i> | 6 |
| <i>Des médias vecteurs de la culture du freeski</i> | 6 |
| <i>Des questionnements et des débats internes</i> | 6 |
| Chapitre 5 : La vidéo comme enjeu principal du freeski | 6 |
| Section 1 : Les films de freeski | 6 |
| Section 2 : Internet comme principal vecteur des vidéos de freeski | 6 |
| | 6 |

| | |
|---|----------|
| Section 3 : Festivals et récompenses | 7 |
| CONCLUSION | 7 |
| BIBLIOGRAPHIE | 7 |
| Ouvrage généraux | 7 |
| Ouvrages sur le ski | 7 |
| Ouvrages sur le freeski | 7 |
| Etudes, thèses et mémoires | 7 |
| Revue et périodiques généraux | 7 |
| Périodiques sur le ski et le freeski | 7 |
| Sites Internet | 7 |
| Sites francophones sur le ski et le freeski | 7 |
| Sites anglophones sur le ski et le freeski | 7 |
| Marques | 7 |
| Skieurs, crews et entreprises de productions | 7 |
| Autres sites | 7 |
| Pages de Facebook | 7 |
| Annexe 1 : Quelques exemples tirés des gammes de freeski du milieu des années 2000 | 7 |
| Annexe 2 : Les cambres | 7 |

PARTIE I : REPÈRES BIBLIOGRAPHIQUES

POUR UNE HISTOIRE DU FREESKI

Nous présenterons dans cette partie, un aperçu de la bibliographie dont doit se doter un historien désireux d'écrire l'histoire du freeski. Je n'ai personnellement pas pu me procurer tous ces ouvrages mais ces références donnent également des indications quant à la marche à suivre pour une étude plus importante.

1) L'utilisation d'études sur le ski

Pour une étude historique du freeski il faut tout d'abord se pencher sur un certain nombre d'ouvrages généraux sur le ski. On trouve premièrement quelques ouvrages anciens¹, publiés entre les années 1950 et 1970, sur l'histoire du ski. Ils sont d'une utilité relative car le monde du ski a aujourd'hui beaucoup évolué, mais ils peuvent tout de même donner des informations sur les pratiques usuelles du ski durant cette période qui a vu évoluer nombre de pionniers du ski et de l'alpinisme comme Jean-Marc Boivin et Sylvain Saudan, souvent considérés comme les pères du freeride. Les années 1980 et 1990 hébergent davantage de parutions qui traitent directement du ski. On trouve par exemple des ouvrages sur l'histoire du ski en France et délimités par régions², permettant d'aborder les notions de territoire et d'apprécier les particularités régionales. D'autres abordent le ski de façon plus globale³ ou se penchent sur des thèmes plus précis comme l'économie de ce sport⁴.

Dans les années 2000, les parutions sur le ski et son histoire sont plus rares. On note tout de même l'édition d'une « *Encyclopédie du ski* » en 2005⁵, et d'une histoire du

¹ LUNN Arnold, *Histoire du ski*, Paris, Payot, 1953.

GAUTRAT Jacques, *Dictionnaire du ski*, Paris, Editions du Seuil, 1969.

TRAYNARD Philippe et Claude (dir.), *Ski de Montagne*, Paris, Arthaud, 1974

² LOMBARD Jean-Pierre, *Histoire du ski dans les Alpes Maritimes de 1909 à 1939*, Nice, Giletta Editions, 1986.

ACHARD Michel, *Histoire du ski et des sports d'hiver dans le massif du Pilat*, Saint-Etienne, Le Bessat, 1989.

MERLE Roger, *Histoire du ski dans le Briançonnais*, Gap, Ophrys/Alpes et Midi, 1989.

MORALES Yves, *La naissance du ski dans le Jura français*, dans Travaux 1992, Lons-le-Saunier, Imprimerie moderne, 1993.

³ BALLU Yves, *L'épopée du ski*, Paris, Editions Arthaud, 1981

BOSSO Annie et LAZIER Isabelle, *La grande histoire du ski*, Grenoble, Musée Dauphinois, 1994.

⁴ DI RUZZA Fortuné et GERBIER Bernard, *Ski en crise : essai sur l'économie du sport*, Gap, PUG, 1977.

⁵ BOMPARD Jean-Jacques, *Encyclopédie du ski*, Paris, Herme, 2005.

ski en France de 1840 à 1940⁶. Certains ouvrages englobent aussi le ski dans les sports d'hivers pour une histoire davantage tournée vers l'histoire du tourisme hivernal⁷.

La plupart de ces ouvrages sont donc datés et ils ne couvrent pas le moment de l'invention et de l'envahissement des ski paraboliques à la fin des années 1990 qui ont radicalement changé la technique et la pratique du ski. Ils ne couvrent donc pas non plus la période qui nous occupe à travers ce travail, c'est-à-dire la fin des années 1990 et les années 2000. Il est à signaler que ces livres sont étonnamment absents des bibliothèques universitaires de Grenoble et qu'il fut donc très difficile de s'en procurer.

L'ouverture épistémologique est donc primordiale dans le cadre de cette étude. L'utilisation d'ouvrages rédigés par des économistes, des sociologues, des spécialistes du sports et du tourisme, issus de la filière STAPS permet d'approcher un sujet peu traité par les historiens.

⁶ ALLEN E. John B, *Le ski en France 1840-1940*, Saint-Cyr-sur-Loire, Editions Alan Sutton, 2003.

⁷ POIRIER Diane-Elisabeth, *Le ski et ses modes : 100 ans de sports d'hiver*, Paris, La Table Ronde, 2002
WEILL Claude, *Shuss ! Histoire des sports d'hiver*, Paris, Du May, 2008

ARNAUD Pierre et TERRET Thierry, *Le Ski, roi des sports d'hiver*, dans TERRET Thierry (dir.), *Histoire des sports*, Paris, l'Harmattan, 1996.

2) L'utilisation d'ouvrages généraux

a. Les apports de l'historiographie sur le tourisme et le sport

L'utilisation d'ouvrages généraux sur le tourisme m'a permis d'améliorer mes connaissances en la matière et de mieux comprendre les enjeux économiques, culturels et sociaux qui le traversent. Si la majorité des pratiquants réguliers du freeski vivent au pied des montagnes, il est évident que le tourisme et l'ouverture du freestyle et du freeride à de nouveaux pratiquants, est un enjeu primordial qui pose de nombreuses questions. Le freeski est-il un marché de niche et le tourisme hivernal de masse investit-il ce type de sport ? Peut-on imaginer l'apparition de ce sport et son développement sans l'appui du tourisme ? Les ouvrages généraux sur ce phénomène⁸ tout comme ceux sur le tourisme hivernal⁹ permettent de répondre à certaines questions comme celles qui interrogent la sociologie de ce sport. Qui part en vacances en hiver ? Quelles activités sont privilégiées¹⁰ et comment cela évolue-t-il ? Ils permettent aussi de comprendre le système économique qui anime le tourisme en dénombrant ses multiples acteurs (industries, tour-opérateurs, transporteurs, hôtelleries, communicants, commerçants, associations...). Le freeski est par sa constitution, très implanté sur un territoire qu'il aménage et dont il partage les risques. Plusieurs documents proposent d'ailleurs de traiter des interactions entre pratique sportive et territoire, en notamment de la gestion des risques en milieux naturels¹¹.

Les ouvrages sur l'histoire du sport m'ont ensuite permis d'approfondir mes connaissances sur l'évolution des pratiques sportives dans la société française et au-delà. Ils permettent de comprendre les enjeux politiques, économiques et sociaux sans cesse croissants que le sport porte en lui. « *Histoire du sport en France, de la libération à nos jours* »¹² est à ce titre un ouvrage très complet qui compile une série d'articles composés par des universitaires spécialisés dans le sport, la sociologie ou l'histoire. Préfacé par Pierre Milza, il aborde les questions du sport après-guerre et de l'explosion de sa pratique,

⁸ BOYER Marc, *Histoire générale du tourisme du XVI^{ème} au XXI^{ème} siècle*, Paris, L'Harmattan, 2005.

BOYER Marc, *Le tourisme de masse*, Paris, L'Harmattan, 2007.

⁹ DEBARBIEUX Bernard, *Tourisme et montagne*, Paris, Economica, 1995.

¹⁰ MESTRE Michel, *Les Alpes : Histoire de l'alpinisme*, Aix en Provence, Edisud, 1996.

¹¹ CORNELOUP Jean, BOURDEAU Philippe, MAO Pascal et BOUTROY Eric, *Sports de montagne et territoires : de l'interaction entre cultures sportives et espaces de pratiques*, in les Cahiers Géographiques du Québec n° 48, 2004

CORNELOUP Jean, *Gestion du risque dans les activités sportives de nature et milieux extrêmes*, in LIEVRE P., (dir), *La logistique des milieux extrêmes*, Paris, Editions Hermès, pp. 115-132, 2003.

SOULÉ Bastien et CORNELOUP Jean, *La gestion des risques dans les stations de sports d'hiver*, Revue Espaces, n° 73, Juin 2002.

¹² TETART Philippe, (dir.) *Histoire du sport en France, De la libération à nos jours*, Paris, Vuibert, 2007.

celles des politiques publiques du sport, de son utilisation dans les relations internationales, de la géographie du sport en France, de sa sociologie ou encore de sa médiatisation. Il comporte également dans son dernier chapitre une très intéressante historiographie du sport en France de 1962 à 2005. On comprend alors que les historiens s'intéressent tardivement à cette histoire et que des événements marquants comme la coupe du monde de football en 1998 ont fait naître de nouvelles passions pour la pratique du sport autant que pour son étude. De plus, cet ouvrage est pourvu de solides références (maladroitement placées à la fin de l'ouvrage, ce qui ne facilite pas la lecture) et d'une bibliographie imposante qui permettent d'approfondir les recherches de documents et de sources. Ce genre de manuel est un préalable à l'étude d'ouvrages plus spécialisés comme ceux sur l'économie du sport.

b. L'utilisation d'ouvrage économiques, sociologiques et juridiques

Les livres traitant de l'économie du sport permettent de comprendre les rouages de l'industrie et des services liés au sport. Financement et organisation administrative des grandes épreuves sportives, sponsorings des athlètes, techniques de marketing, médiatisation, mondialisation : tous ces sujets sont largement traités par les économistes qui accordent au sport un intérêt supérieur à celui des historiens. Certains manuels comme *Economie internationale du sport*¹³ ou *Economie politique du sport professionnel*¹⁴ abordent le sujet de façon claire et didactique quoique très technique pour un historien qui a peu de notion en économie. Le second propose des repères bibliographiques sur l'économie du sport quand le premier, écrit par Wladimir Andreff, un spécialiste prolifique et reconnu, se termine sur un plus large choix de livre sur le sport. L'ouvrage de Nico Didry, enseignant en *Master stratégie économique du sport et du tourisme* à Grenoble et qui prépare actuellement une thèse d'Economie et de Gestion à l'université Pierre Mendès France s'avère très intéressant. L'étude qui s'intitule *Les Enjeux de l'événement sportif : Approche économique et étude de cas*¹⁵, aborde directement l'organisation des événements par Salomon, grand fabricant de ski. Il propose également une approche sociologique du « phénomène freeride » qui est tout à fait pertinente. Il faut dire que Nico Didry est un spécialiste de la question. Moniteur de ski et de snowboard, il est professeur

¹³ ANDREFF Wladimir et NYS Jean-François, *Economie du sport*, Paris, PUF, 2002

¹⁴ BOURG Jean-François et GOUGUET Jean-Jacques, *Economie politique du sport professionnel*, Paris, Vuibert, 2007

¹⁵ DIDRY Nico, *Les Enjeux de l'événement sportif : Approche économique et étude de cas*, Paris, L'Harmattan, coll. La Librairie des Humanités, 2008

à l'Ensa et a beaucoup oeuvré pour la reconnaissance du snowboard et du freestyle ski et snowboard au sein de la fédération française de ski. Il accompagne la délégation des jeux olympiques de Vancouver en tant que préparateur des équipes de snowboard freestyle. Associé d'une entreprise de communication (On air, Grenoble) il a lui-même organisé des événements autour du freeski comme le *Festiglisse*, sur le campus de Grenoble, festival autour de film de freeski et de snowboard. Il a une grande expérience du terrain et une vraie philosophie du freestyle que j'ai pu découvrir grâce à l'Ecole de Glisse des Universités de Grenoble dont il était président durant de nombreuses années. Cet ouvrage ainsi que les mémoires qu'il a dirigé au sein de son Master ¹⁶ s'avèrent particulièrement intéressants pour l'étude que je mène. Mais au-delà de cet ouvrage le ski se fait assez rare, voir absent des études sur l'économie du sport qui tendent plutôt à étudier les sports de masse comme le Football ou le Baseball, les grands rendez-vous comme les Jeux Olympiques et les ligues nationales et internationales.

Ensuite, l'historien qui veut se pencher sur la question du sport doit se munir d'ouvrages sur la sociologie du sport. Ceux-ci sont très nombreux et permettent de mieux comprendre le rôle que joue le sport dans la société. Des manuels généraux¹⁷ en passant par des ouvrages ou des articles plus précis ¹⁸ ou des revues spécialisées¹⁹, l'historien peut répondre à plusieurs de ses interrogations. Comment le sport peut-il devenir une culture ? Quelles fonctions joue-t'il dans les politiques de santé publique ? Quel est son influence sur le tourisme ou les loisirs²⁰ ? Quelles couches de la société pratiquent ou s'intéressent au sport ? Qui pratique et qui retrouve-t'on dans les administrations sportives²¹ ? L'historien se doit de trouver des réponses à ces questionnements s'il ne veut pas que son étude soit trop technique et dénuée de fondements sociologiques. Un ouvrage rappelle même l'utilité de la recherche en sciences sociales du sport²². Dans notre cas on trouve des manuels généraux de sociologie qui abordent celle des pratiquants de

¹⁶ BONALDI Aurelie, *Dans quelle mesure la création d'un événement doit elle être considérée comme la création d'une marque ? Cas de l'agence d'événement Like That, spécialisée dans les événements ski et snowboard*, Mémoire : M2 Stratégies économiques du sport et du tourisme, Saint-Martin-d'Hères, UPMF, 2002

¹⁷ DEFRANCE Jacques, *Sociologie du sport*, Paris, La Découverte, 2006

¹⁸ LOUVEAU Catherine, *Sociologie du sport, débats et critiques*, Paris, l'Harmattan, 2007

CORNELOUP Jean, *Les théories sociologiques de la pratique sportive*, Paris, Presses Universitaires de France, 2002.

¹⁹ Voir le site de la société de sociologie du sport de langue française, <http://www.3slf.org/>

²⁰ LAFORTUNE Jean Marie *Introduction aux analyses sociologiques du temps hors travail*, Canada, Presses de l'Université du Québec, 2004

²¹ GASPARINI William, *Sociologie de l'organisation sportive*, Paris, la Découverte, 2000

Ministère de la Jeunesse et des Sports, *Les sports d'hiver : pratiques et pratiquants*, Bulletin de statistiques et d'études n°06-06, Rédigé par Patrick THIERY, Paris, Aout 2006.

²² BOUTROY Eric (dir.), *La recherche en science sociale du sport : quelle(s) utilité(s) ?*, 3slf, Paris, l'Harmattan, 2011

sports d'hiver. On retrouve aussi le ski dans des ouvrages et des revues²³ qui traitent de la sociologie des sports à risques (ou « sports extrêmes »), catégorie dans laquelle est souvent rangé le freeski. Ils abordent parfois le ski freestyle et plus souvent le ski freeride qui partage souvent les mêmes risques que l'alpinisme et autres sports alpins.

L'utilisation d'ouvrages sur le droit du sport est aussi un préalable à notre étude. Si le freeski n'est pas un sport de fédération ou de ligue, il n'est pas malgré tout exempt des réglementations qui régissent les pratiques ou les infrastructures sportives (celles des domaines skiable notamment). De plus, ces ouvrages permettent de comprendre le fonctionnement du sponsoring des sportifs, celui qui constitue les seuls revenus des freeskiers et la base de la commercialisation de ce sport. Sans se lancer dans l'étude des différents codes on peut approcher ces notions grâce à des ouvrages généraux sur le droit du sport français²⁴ et international²⁵ et dans des livres traitant du sport professionnel²⁶. Ils permettent de poser un cadre juridique à cette pratique.

3) Un manque de documents concernant le freeski

On trouve de rares mentions du freestyle et du freeride à ski dans des ouvrages qui tournent autour des sports de glisse. Souvent rédigés par d'anciens sportifs, ils permettent de partager l'expérience précieuse d'acteurs importants de la création et de l'évolution des sports de glisse, même s'ils ne font pas toujours la part belle au recul analytique. Ainsi, on peut citer le livre de Laurent Durieux, *Les sports de glisse : aménagements et animations*²⁷, sur la couverture duquel trône un skieur freestyle en pleine action. Rédigé par un ancien snowboarder et responsable du développement des disciplines freestyle à l'Association française de snowboard, il décrit les différents sports de glisse sur neige et notamment les nouvelles disciplines que sont le freestyle et le

²³ SOULÉ Bastien, COMELOUP Jean, *Sociologie de l'engagement corporel : Risque sportifs et pratiques «extrêmes» dans la société contemporaine*, Paris, Armand Colin, 2007

²⁴ KARAQUILLO Jean Pierre, *Le droit du sport*, Paris, Dalloz, 2011

²⁵ KARAQUILLO Jean Pierre, *Droit international du sport*, Boston, Leiden, 2006

²⁶ GOUGUET Jean-Jacques (dir.), *Le sport professionnel après l'arrêt Bosman : une analyse économique internationale*, Limoge, Pul : Association internationale des économistes du sport, 2004

²⁷ DURIEUX Laurent, *Les sports de glisse : aménagements et animations*, Paris, Chiron, 2007

freeride à ski. Très généraliste, cet ouvrage apporte malgré toute une multitude d'informations, notamment sur la création des snowparks et sur l'organisation d'évènements autour des sports de glisse. Au même titre l'ouvrage d'Alain Loret (Maitre de conférence à l'UFR STAPS de l'université de Rouen), *Génération glisse*²⁸, décortique les sports de glisse au tournant des années 2000 pour montrer qu'ils ont créé une nouvelle et véritable culture sportive qui se distingue sur bien des points de celles connues jusqu'à présent. Il est un des rares livres qui étudie cette sorte de contre-culture sportive qu'ont créé les sports de glisses. Les autres ouvrages qui parlent directement de freeski comme *Le monde du freeride*²⁹ sont d'avantage à prendre comme des sources car ils racontent plutôt une aventure, à la manière des grands livres d'alpinisme.

Mais je n'ai malheureusement pas pu trouver d'ouvrages scientifiques tournant exclusivement autour du freeski. Ainsi on ne peut trouver de dictionnaire français des *tricks* (les figures réalisées par les freestylers) alors que ce vocabulaire semble tout à fait connu et compris par l'ensemble des pratiquants professionnels et amateurs. Il n'y a pas non plus de manuels destinés aux moniteurs et traitant de la technique sportive du freestyle ou du freeride. Mais cette absence de document est une information en elle-même. On comprend par exemple que le phénomène est tout récent, ce qui est validé par le fait que les grands « inventeurs » de ce sport (Julien Renier, J.-P. Auclair, Mike Douglas...) n'ont même pas quarante ans. De plus, cela permet de mettre en évidence le fait que ce sport s'est créé et évolue loin des grandes fédérations de ski et des grandes ligues de sports professionnelles, puisque c'est celles-là même qui canalisent la plupart des études économiques et sportives tournées vers le sport. On peut également supposer que les effectifs dans la population de skieurs restent limités puisqu'on ne retrouve pas ou peu de mention de ce phénomène dans les ouvrages sur le tourisme ou la sociologie du sport.

Mais on peut aussi affirmer que le freeski reste une pratique confidentielle en France ce qui limite les chances de trouver des documents relatifs à cette pratique. Rares sont les français qui connaissent le ski freestyle et beaucoup pensent que les snowparks et les half-pipe sont dédiés uniquement aux snowboarders. Les quelques célébrités françaises comme Candide Thovex, Julien Renier ou Kevin Roland ne sont connus que des pratiquants et ne bénéficient pas de l'aura médiatique de certains sportifs. Dans d'autres pays pourtant le freeski s'est fait une place plus importante. Le suédois Jon Olsson, figure du développement du freestyle et inventeur de nombreuses figures, est une

²⁸ LORET Alain, *Génération glisse*, Paris, Éditions Autrement, 2003

²⁹ GROSPIRON Edgar, JACCOUX Antoine, *Le monde du freeride*, Genève, Minerva, 2006

des personnalités les plus connues de son pays alors que Simon Dumont est désormais relativement connu aux Etats-Unis. On peut être trouver des ouvrages suédois qui traitent du sujet mais je ne maîtrise malheureusement pas la langue. Mes recherches sur des livres en anglais n'ont quant à elles été que peu concluante et on peut faire le même constat que nous avons fait plus haut pour la littérature française.

On comprend donc la pertinence d'une étude historique sur ce sujet. Elle apportera les premières pierres à la construction d'une histoire du freeski, ce sport qui prend une place de plus en plus importante dans les stations du monde entier et qui s'inscrit pleinement dans la nouvelle culture des sports de glisse, peu étudiée alors que très en vogue auprès de la jeunesse internationale.

PARTIE II : LES SOURCES

1) Les magazines et ouvrages spécialisés

Un certain nombre de magazines sont dédiés au freeski et constituent donc des sources intéressantes. Ils sont les principaux recueils d'interviews de freeskiers et proposent de nombreux articles sur les événements, le matériel ou encore les stations, leurs snowparks et domaines hors-piste. On y trouve aussi des critiques de films ainsi que de nombreuses nouvelles. En France, on peut citer l'éditeur Nivéa qui publie plusieurs magazines sur le snowboard et sur le freeski comme *Snowsurf* (mensuel créé en 1994, tiré en 14 000 exemplaires) et *Skieur Magazine* (bimestriel créé en 1992). Freepresse quant à elle édite les magazines *Fluid* (Photos de ski freeride, annuel créé en 1980) et *Weski* (trimestriel créé en 2005, tiré en 25 000 exemplaires) ainsi que des journaux gratuits comme *Ski Time* (trimestriel), *Ski Labo* (essai de matériel, annuel depuis 2007) et *Style Time* (journal sur la mode hivernale, annuel, depuis 2010). Aux Etats-Unis, les éditions *Grindmedia* ont créées en 1971, *Powder Magazine* qui est un bimensuel spécialisé dans le ski freeride et dont le tirage s'élève à 70 000 exemplaires. Tous ces magazines, tout comme *Freeskier*, un américain indépendant, sont les portes-parole de la culture freeski dont ils participent à la codification par des lignes éditoriales très personnelles. *Weski*, qui s'adresse à un public de jeunes freestylers principalement, propose des articles, des photos et des unes loufoques et second degré, utilisant un vocabulaire branché et argotique et une mise en page très graphique³⁰. C'est différent pour les magazines davantage axés sur le freeride³¹ qui proposent des lignes éditoriales plus classiques pour un public un peu plus âgé. Ces périodiques sont donc une mine de sources pour étudier la culture freeski. Ils apportent aussi des informations sur des événements passés grâce aux reportages que l'on y trouve. Ils nous permettent de suivre toute l'évolution de ce sport et de sa culture.

On trouve aussi certains livres qui traitent du freeski et notamment du freeride comme *Le Monde du Freeride*³² ou *Free-ride spirit*³³ qui rendent hommage à la philosophie des pratiquants et des grandes célébrités du milieu en faisant la part belle aux interviews et aux photographies. Ils sont axés principalement autour de la culture freeride

³⁰ Spécial numéro satanique : *Candide Thovex, le mec qui ride comme un port*, *Weski* n° 03, Freepresse, Jan-Fev-mars 2006

³¹ *Powder Magazine* ou *Skieur Magazine* par exemple.

³² GROSPIRON Edgar, JACCOUX Antoine, *Le monde du freeride*, Genève, Minerva, 2006

³³ CANIVENQ Pierre, *Free-ride spirit*, Bayonne, Uméa, 2000

et peuvent donc apporter des informations intéressantes sur ce point. L'ouvrage *Ski freeride*³⁴, qui aborde, quant à lui, le sujet de façon plus technique en décortiquant ses variantes, ses risques ou encore ses lieux de pratiques est particulièrement intéressant car il fut édité en 1999, alors que l'on commence tout juste à délaisser le terme ski *extrême* pour celui de ski *freeride*. Il y a aussi le recueil de photographies de Candide Thovex, *The Book Of Candide*³⁵, accompagnées de mots de ses concurrents lui rendant hommage. Ces quelques livres viendront enrichir les maigres sources papier que l'on peu se procurer. Il s'agira donc de chercher d'autres sources pour mener à bien cette étude.

³⁴ GARENNE Pierrick, CHAPAZ, Sylvie *Ski Freeride*, E.P.A, 1999

³⁵ SJOSTROM Christoffer, *The Book Of Candide*, 2009

2) Les Photographies

Les photos sont un des enjeux commerciaux principaux du freeski puisqu'elles permettent de mettre en avant des skieurs, des photographes et des marques. Elles aident les skieurs à montrer leur niveau, à créer un book et à démarcher des marques qui pourraient les soutenir et les sponsoriser. Les photographes, quant à eux, vendent ces clichés aux journaux et aux marques. Enfin, les équipementiers se servent de ces photos pour leurs campagnes de publicités et profitent de la visibilité qui leur est offerte dans les journaux et sites internet. La photo est donc une des raisons d'être d'un sport qui met l'esthétique au-devant de ses préoccupations. Elle est à ce titre une source pour étudier le freeski.

On en trouve dans tous les magazines spécialisés qui accompagnent leurs articles de photos et qui publient des portfolios. Le magazine *Weski* par exemple, propose de très nombreuses photos sur un tirage en papier glacé de très bonne qualité. Les photos sont un réel argument de vente pour l'ensemble de ces journaux sur le freeski. Le magazine annuel français *fluid* propose même un beau livre mettant à l'honneur la photographie de freeski au travers de clichés de photographes et de skieurs internationaux³⁶. Dans ces mêmes périodiques les photos sont présentes aux travers de publicités pour les marques de vêtements, d'optiques ou de skis. On retrouve aussi énormément de photos sur internet. Des clichés de professionnels mais aussi d'amateurs, qui s'essayent de plus en plus à cet art. Les photos de ski freestyle et de ski freeride sont désormais présentes dans toutes les campagnes publicitaires et la décoration des sites internet des grandes stations de sports d'hiver.

Elles sont une mine d'informations pour montrer la perpétuelle évolution du freeski. Certaines figures ou grabs (le fait de tenir son ski durant une figure) étaient plus « tendances » à certaines périodes qu'à d'autres et les photos sont là pour prouver que le sport est traversé par des modes et des renouvellements. Elles permettent dans le même temps de montrer l'élévation du niveau technique. Celui des skieurs dans un premier lieu, avec des tricks de plus en plus techniques et amples et celui des photographes dans un second lieu, dont la qualité des clichés est en constante progression depuis les débuts. La baisse des coûts du matériel se retrouve aussi dans l'explosion du nombre de photos et notamment celles d'amateurs que l'on peut découvrir à l'occasion de concours photos

³⁶ On trouve les couvertures des différentes éditions de ces périodiques, très difficiles à trouver, sur le site de freepresse, l'éditeur : <http://www.freepresse.com/Anciens-numeros-ski.html?univers=ski>

organisés sur ce thème. On observe aussi l'évolution de la qualité des snowpark, des half-pipes ainsi que des moyens alloués à la création d'un « kicker³⁷ » en hors-piste et à la séance photo qui l'accompagne. On comprend aussi l'importance de certains snowpark ou de certaines stations à des périodes bien définies grâce à leur sur-représentation. Les photos sont aussi un outil pour aborder l'histoire de la culture freeski car elles permettent d'étudier les modes vestimentaires qui ont traversé le mouvement. Les nombreuses photos de « lifestyle » (littéralement style de vie, ou mode de vie) qui représentent les skieurs dans la vie après le ski sont également des outils pour une étude culturelle.

Les skis de freestyle et de freestyle backcountry sont, depuis leurs débuts, pourvus de semelles largement décorées et arborant le logo ou le nom de la marque. Ceci permet aux lecteurs des journaux et des sites internet spécialisés de voir quel est la marque des skis de leur vedette préférée quand elle est en l'air. Les couleurs vives arborées par les pratiquant sont une manière de hausser la qualité des photos mais permettent aussi aux marques de vêtements d'être plus visibles. Les photos sont donc aussi une source pour comprendre quels équipementiers ont investi massivement dans ce sport et quelle a été leur stratégie. On peut alors se demander quel type et quelle quantité de skieurs privilégient une marque et quelle image veut-elle véhiculer à travers ses sponsorings et les photos qui en découlent ? On peut aussi se servir des photos pour suivre un skieur et les différents sponsors qui l'ont équipé durant sa carrière. Les photos de leurs protégés sont un des intérêts majeurs retiré par les marques de leur participation à l'univers du freeski et sont donc une source très intéressante pour l'historien au même titre que la vidéo

³⁷ Littéralement «bosse», pour la pratique du freestyle backcountry.

3) La vidéo

L'historien qui veut étudier le freeski devra passer par une exploration en profondeur des vidéos de freeski qui sont la base de son existence. Beaucoup d'athlètes ne se consacrent qu'à la vidéo sans participer aux compétitions tandis que très rares sont ceux qui s'affrontent dans des compétitions sans apparaître dans les vidéos. Elles conservent les mêmes enjeux que la photographie pour les équipementiers, les skieurs et les boîtes de production. Qu'elle dure plus d'une heure ou seulement deux minutes, la vidéo est maintenant accessible à tous et le nombre de montages amateurs ou professionnels est en croissance exponentielle depuis les débuts du freeski. Les supports et les formats ont beaucoup changé. D'abord enregistrées sur VHS, les vidéos gagnent rapidement les DVD puis la toile qui reste aujourd'hui le moyen principal de voir des images de freeski. Internet a permis de voir émerger de nouveaux types de vidéos comme les courts-métrages d'amateurs ou de professionnels, les courtes vidéos filmées et montées par et pour des équipementiers, des web-séries, des résumés de compétitions, des présentations de matériel ou des conseils techniques. Cela a considérablement accru le nombre de vidéo. Ainsi, *Zapiks.fr*, le premier hébergeur européen de vidéo de freeski en compte aujourd'hui plus de 14 000, issues des filières professionnelles ou amateurs. Les films font aussi l'objet de festivals (Poacher's Freeski Film Festival, Auckland Freeski Festival, IF3 Montréal puis Annecy...) et de récompenses (Depuis 2001 les Powder Vidéo Awards par exemple, par Powder Magazine).

Grâce à elles on peut comprendre quel skieur a dominé la concurrence durant telle ou telle période, comment a évolué le niveau technique général en freestyle et quelles sont les attentes en terme de « style » des différentes générations, à partir de quelle période les fixations ont reculé sur les skis de freestyle ou encore quels changements ont été apportés à la technique du ski en poudreuse avec l'apparition des skis de freeride. C'est aussi un moyen de trouver quels *spots* de freeride sont les plus courus, par les amateurs comme par les professionnels, ce qu'ils recherchent lorsqu'ils sortent des pistes balisées et ainsi de définir précisément ce qu'est le freeride dans la pratique. La vidéo est le seul moyen d'aborder la question de l'histoire de la technique sportive en freeski. Elle permet aussi d'étudier l'aspect professionnel et commercial en montrant les marques qui étaient les plus présentes dans le parrainage d'évènement ou de riders, comment ont évolué les structures et les compétitions qui accueillent les freestylers ou encore quelles stations investissent le plus dans les snowparks et leurs animations. Ces vidéos, parfois

scénarisées, montées en musique avec des images de la vie en dehors du ski ou avec des voix off permettent aussi d'étudier les expressions de langage particulières, les codes vestimentaires et musicaux et les liens avec la culture glisse en général.

On peut aussi étudier la vidéo en se demandant ce qu'a apporté le nouveau matériel numérique et la baisse générale de ses coûts ainsi que la manière dont les monteurs et les cadreurs donnent à leurs images un style particulier qui va évoluer au cours des années qui nous occupent. C'est donc toute la question de la culture de la vidéo de ski qui est soulevée.

4) Internet comme principale source

a. Les sites internet

L'étude qui m'occupe me poussera à beaucoup utiliser internet, une source que les historiens continuent à considérer (à juste titre parfois) avec une certaine méfiance. Il semble pourtant certain qu'elle sera une source non négligeable pour les études historiques futures et qu'elle constitue dès à présent une source d'information quantitativement inégalée principalement pour une étude contemporaine. Pour le cas qui nous occupe l'utilisation d'internet est d'autant plus pertinente que les documents et sources papier sont rares et que le sport touche des générations habituées à un usage quotidien.

La recherche doit tout d'abord se faire sur les sites internet spécialisés. Les américains *newschoolers.com*, *tetongravity.com*, l'européen *downdays.eu* ou encore le français *skipass.com*, sont parmi les sites sur le ski les plus visités³⁸. Il est intéressant de constater qu'aucun site sur le ski alpin ne concentre autant de visites alors que le nombre de pratiquants est largement supérieur. C'est une preuve de l'importance d'internet pour le freeski et donc de l'importance de son étude pour un historien. Ces sites spécialisés sont le vecteur principal des actualités sur les compétitions et autres évènements en publiant des articles et des dépêches. Ils proposent des fiches, des tests et des articles sur les skis et autres accessoires. On peut aussi y trouver des informations sur la météo, les stations de sports d'hiver, leurs snowparks et domaines hors-piste. Ils sont aussi pourvus de boutiques en lignes qui leur permettent de vendre des t-shirts à l'effigie du site, des DVD de film de freeski ou des caméras. Ils sont partenaires de certains évènements et sont aussi les principaux hébergeurs de vidéos de freeski. L'importance fondamentale de la vidéo pousse les pratiquants et amateurs à fréquenter en masse ces sites qui compilent de grande quantité de courts métrages *edits*³⁹ ou de films plus longs. *Skipass.com* a même créé un site annexe du nom de *Zapiks.fr* qui compte aujourd'hui plus de 14 000 vidéos et si je n'ai pas trouvé de chiffre exact, on peut imaginer qu'il y en a autant si ce n'est plus sur *newschoolers.com*. *Skipass.com* est par ailleurs le site européen sur le ski le plus

³⁸ http://www.alexa.com/topsites/category/Top/Sports/Winter_Sports

³⁹ Mot utilisé pour qualifier les petites vidéo isolées et de quelques minutes. Ex : <http://www.skipass.com/videos/th-heli-edit-oakleyvalpark-1.html>

visité selon le site d'information sur le web Alexa⁴⁰ et *Newschoolers.com* fait figure de véritable porte étendard mondial de la culture freeski selon ce même site qui le place en seconde position mondiale. Un autre intérêt réside dans le fait qu'ils ont pour la plupart été créés à la fin des années 1990 et au début des années 2000, couvrant donc une bonne partie de la période étudiée même si toutes les pages ne sont plus accessibles. D'autres sites, plus modestes, proposent le même types de contenu. Il s'agit principalement de pages affiliés à des magazines papier, comme *skieur.com*, le site de *skieur magazine* ou encore *powder.com* ou *freeskier.com*, ceux des périodiques du même nom. Ces sites sont donc une source inévitable pour une étude de l'histoire du freeski.

Les sites des marques de skis, de vêtements ou de masques peuvent apporter aussi quelques informations. En effet, la plupart des marques consacrent une partie de leurs sites⁴¹ aux skieurs qu'ils sponsorisent et aux évènements qu'ils parrainent en publiant de nombreuses de photos et des vidéos⁴², en tenant des blogs⁴³ et en présentant leurs *teams*⁴⁴. Certaines marques ont même créées des sites affiliés spécialisés comme le site de Salomon, *salomonfreeski.com*. On peut donc découvrir comment ces acteurs indispensables se sont servis du freeski pour construire leur image de marque. A ce titre les sites des fabricants de skis spécialisés ou généralistes (Rossignol, Salomon, K2, Atomic, Line, 4frnt, Armada, Black Crows, Coreupt...), ceux des marques de vêtements comme Orage ou Saga ainsi que ceux des spécialistes de l'optique Oakley et Smith, sont très intéressants. Les sites généralistes de vente de matériel de sport peuvent aussi être étudiés pour trouver la place que le freeski occupe en leur sein.

Pour faire l'historique d'une boîte de production de films de freeski, l'étude de son site internet peut constituer la seule source fiable. La plupart conservent l'historique des différents films sortis chaque hiver depuis la création de l'entreprise et en vendent même les DVD⁴⁵. Le site de Greg Strump qui a réalisé des vidéos de ski extrême de 1985 à 1998 permet par exemple d'explorer ces films qui sont l'avant-garde du freeski. Pour le reste des vidéos, comme les courts edits, les web-séries et autres films amateurs il faut utiliser les sites de partages de vidéos. Les grands sites spécialisés cités précédemment sont les principaux hébergeurs de ce contenu mais on les trouve aussi en masse sur les sites de partage généralistes comme *Youtube.com*, *Dailymotion.fr* ou *viméo.com*. On trouve aussi

⁴⁰ http://www.alexa.com/topsites/category/Top/Sports/Winter_Sports

⁴¹ <http://www.orage.com/ca/en/culture/>

⁴² <http://armadaskis.com/video/>

⁴³ <http://www.orage.com/blog/>

⁴⁴ Le mot anglais *team* (équipe en français) est utilisé même sur les sites en français :

<http://www.rossignol.com/FR/FR/rossignol-live.html>

⁴⁵ L'ensemble des films de MSP sont à vendre sur leur site : <http://www.skimovie.com/index.php/dvds/>

des pages tenues par des amateurs comme *extreme-vidz.com* qui propose des vidéos gratuites et des dvd à vendre, mais ces sites ne sont pas toujours légaux. Pour la vidéo on peut aussi visiter les pages des festivals de films de freeski qui fleurissent un peu partout. Pour la photographie, il faut se rendre sur les sites des professionnels reconnus du milieu comme ceux de Pierre Augier, Stef Candé, Dominique Daher, Matt George ou Louis Garnier ⁴⁶.

On peut aussi utiliser les sites sur le snowboard et sur les sports de glisses en général. Ils permettent de rentrer dans l'univers de la glisse (skateboard, surf, kite-surf, wakeboard) et d'en étudier la culture, celle dans laquelle beaucoup classent le freeski. Le mouvement est amateur de culture urbaine, de hip-hop, de graffitis, de skateboard urbain et l'étude des sites dédiés à cela peut permettre des parallèles avec les vidéos de freeski. D'une manière générale, c'est tous les aspects de la culture du freeski que l'on peut approcher grâce à internet.

Il faut aussi étudier les sites des grandes fédérations nationales et internationales de ski pour découvrir la place qu'occupe le freeski en leur sein. On peut citer la Fédération Internationale de Ski⁴⁷ qui organise les coupes du monde de freestyle ou la Fédération Française de Ski⁴⁸ gérant les coupes de France qui peuvent aussi donner des informations historiques sur les dates des événements qui ont eu lieu ainsi que sur les palmarès. Il faut aussi visiter le site du *Freeride World Tour*, le championnat de freeride le plus élitiste⁴⁹ et celui du *Freeskiing World Tour*, sorte de deuxième division du freeride. Le site de l'*Association of Freeskiings Professionals* qui attribue des points et classe les freeskiers professionnels à la manière de l'ATP pour le tennis et qui va permettre d'aborder le freeski comme un sport professionnel fait aussi office de sources de première main. Enfin, il faut s'attarder sur les sites des *Winter X-Games*⁵⁰, la compétition la plus importante pour les freestylers professionnels depuis les débuts. Par extension, la visite de celui de ESPN qui héberge le précédent peut permettre de découvrir la place du freeski pour la chaîne de télévision officielle du freestyle aux USA, principal partenaire des *X Games*. Les sites des différentes compétitions, qu'elles soient majeures ou mineures constituent à ce titre de bonnes sources même si on ne trouve plus ceux dédiés aux compétitions qui ne sont plus.

⁴⁶ <http://pierreaugier.com/>, <http://www.stefcande.com/2006/index.html>, <http://www.domdaher.com/>, <http://www.mattgeorges.com/>, <http://louisgarnier.com/index.php?p=accueil>

⁴⁷ <http://www.fis-ski.com/>

⁴⁸ <http://www.ffs.fr/>

⁴⁹ <http://www.freerideworldtour.com/>

⁵⁰ <http://espn.go.com/action/xgames/winter/2010/index>

L'anonymat, l'absence de contrôle et la quantité très importante d'informations sont les écueils principaux de la recherche sur internet, ceux qui concentrent toutes les critiques de la communauté scientifique. Il faut en effet être vigilant quant-à la provenance des informations, au sérieux d'un site ou aux enjeux commerciaux qui l'anime et pourraient modifier sa ligne éditoriale. La méfiance est de mise, surtout pour la recherche de documentation. C'est différent pour la recherche de sources pour laquelle ne se pose pas les même problèmes. En effet, si un historien aborde un site en tant que source, même une affirmation erronée peut constituer une information intéressante. Un historien pourra par exemple tirer beaucoup de choses d'une entreprise de ski qui travestiraient volontairement la réalité pour rendre sa marque plus attrayante. Une recherche sur un site plein de fautes d'orthographe et créé par un amateur sera un échec sur le plan de la documentation alors qu'elle peut s'avérer concluante sur celui de sources. Internet est donc une source qu'il ne faut pas négliger. L'important reste de ne pas se cantonner à sa seule étude et de procéder à une analyse critique de chaque source et à un regroupement de celles-ci. Il faut aussi connaître et savoir dépasser certains obstacles.

Le problème des sources internet réside aussi dans le fait qu'elles sont éphémères. En effet, les pages web ont une durée de vie limitée. On peut facilement se retrouver sur une page abandonnée, qui n'a pas été mise à jour depuis longtemps. En effet, rien n'oblige le propriétaire ou les administrateurs d'un site à supprimer ou à archiver une page qui n'est plus visitée depuis longtemps ou qui n'a plus sa place car trop vieille. Ces pages peuvent mener l'historien dans de mauvaises directions et favoriser les anachronismes en apportant des informations obsolètes. Il s'agit donc de toujours surveiller la date de mise en ligne de la vidéo, de l'article et de tout autre contenu d'une page web. Ce n'est pas forcément chose aisée car tous n'affichent pas la date de la création du site, de leurs différentes pages ou des dernières mises à jour. Certains organismes proposent tout de même des outils pour déterminer l'âge d'un site internet comme *webrankinfo.com* sur lequel vous pouvez découvrir la date d'indexation du site par *google.com*⁵¹, un indice intéressant. Autre écueil, celui des mises à jour régulières des sites par les administrateurs. L'innovation technologique avec l'apparition de nouveaux outils de création de site web et de nouvelles chartes graphiques pousse les sites internet à s'actualiser régulièrement. Ces mises à jour suppriment beaucoup de contenus au nom du

⁵¹ <http://www.webrankinfo.com/outils/indexation.php>

besoin d'avoir un site vivant et clair qui propose toujours de nouvelles informations et ainsi fidélise les internautes. Il peut donc être très compliqué de se faire une idée de ce qu'était un site quelques années auparavant en visitant sa version actuelle. Mais pour contourner cet obstacle on peut utiliser certains outils. Ainsi le site *web.archive.com*, créé par l'ONG *Internet Archive* basée en Californie, joue depuis 1996 le rôle d'archive du web en compilant des milliards de pages internet, qu'elles datent du mois dernier ou de la décennie précédente. Il permet de remonter le temps et de découvrir des pages qui ne sont plus accessibles et ainsi de savoir quelle évolution a suivi un site. On peut par exemple accéder au site *skipass.com* tel qu'il était en 1998⁵². La Bibliothèque Nationale de France a également commencé depuis 2006 et au nom du dépôt légal, un travail d'archivage des sites au nom de domaine français (.fr) et autres pages web francophones⁵³ (16 milliards de pages en 2011).

Pour conserver les pages qu'il a utilisé et qu'il estime importantes ou à citer, l'historien peut les enregistrer avec n'importe quel navigateur internet comme *Internet Explorer*, *Mozilla Firefox* ou *Safari*. Il suffit d'effectuer les commandes *Fichier/enregistrer sous*. Attention, ce système ne peut enregistrer qu'une seule page à la fois et par conséquent, les liens hypertexte ne fonctionneront pas en mode hors connexion.

⁵² <http://web.archive.org/web/19981206003431/http://www.skipass.com/vf/index.htm>

⁵³ http://www.bnf.fr/fr/collections_et_services/livre_presse_medias/a.archives_internet.html

b. Le cas particulier des réseaux sociaux et des forums

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont devenus rapidement le vecteur principal de l'information distillée par les marques, les teams de skieurs, les boîtes de productions de vidéos ou les magazines spécialisés. Tous partagent du contenu venu d'autres sites internet ainsi que des photos personnelles et des nouvelles sous forme de dépêches. Les équipementiers se servent de ces réseaux pour publier des informations et des photos en temps réel des skieurs qu'ils sponsorisent ou des nouvelles gammes en production. Ils sont aussi l'occasion de lancer des concours (photo, vidéo, questionnaire, tirage au sort) avec du matériel à gagner. Cela permet aux marques d'afficher une proximité avec leurs clients et d'y ajouter une image jeune et dynamique. On peut citer par exemple les pages facebook de *Salomon freeski*, celle de *Black Crows* ou encore celle de *Atomic* qui proposent des mises à jour quasi quotidiennes. C'est aussi une fenêtre de communication pour beaucoup d'évènements relatif au freeski comme le festival international de film de freeski (IF3, très actif sur facebook) ou la compétition la plus importante, les X Games. Ces pages publient le même type de contenu que les équipementiers c'est à dire des vidéos, des informations et des articles piochés sur le net et ce même si ils ont peu de rapport avec l'évènement. Il s'agit pour les organisateurs d'être présent toute l'année au travers de ces sites et ainsi d'attirer le plus de monde possible. Pour les skieurs, les *crews*⁵⁴ et les *teams*, qu'ils soient professionnel ou amateurs, la page Facebook, qui est le réseau le plus utilisé par les acteurs qui nous intéressent car il permet de diffuser plus de contenu, ou le compte tweeter, sont bien souvent les seuls liens avec le public qui regarde leurs vidéos. Beaucoup n'ont pas de site internet et se contentent des réseaux sociaux⁵⁵ pour partager leurs photos et leurs vidéos. Les boîtes de productions professionnelles⁵⁶ sont également toutes présentes sur les réseaux sociaux, un outil de communication devenu indispensable. Les magazines papier offrent aussi du contenu et des renvois à la version

⁵⁴ Terme utilisé pour les groupes de skieurs qui réalisent des vidéo, souvent en amateur. Terme utilisé sur la page qui liste les partenaires de zapiks.fr : <http://www.zapiks.fr/pro/>

⁵⁵ Les pages facebook de la Néophile Familia ou du CTR-Crew par exemple : <https://www.facebook.com/neophile.familia>, <https://www.facebook.com/CTRcrewfreeski>.

⁵⁶ Poorboyz : <https://www.facebook.com/poorboyz>, MSP : <https://www.facebook.com/MSPFilms>, Level 1 : <https://www.facebook.com/Level1>, etc.

internet de leur périodique comme *skieur magazine*⁵⁷ ou *powder magazine*⁵⁸. Les grands sites internet sur le freeski présentés précédemment publient quant à eux des renvois à la plupart des mises à jour, des articles et des vidéos importantes apportées à leurs sites sur les réseaux sociaux.

Tout ceci permet à un internaute qui se sert de *Facebook* par exemple, de découvrir sur le fil d'actualités de sa page d'accueil sur lequel défile les mises à jour de ses amis et des pages auxquelles il est abonné, une multitude d'informations et d'actualités provenant d'acteurs différents. Les réseaux sociaux se muent donc en véritable catalyseur d'information pour l'utilisateur amateur de freeski. Ces pages sont devenues indispensables car elles permettent une communication renouvelable d'un simple clic et une interactivité accrue avec le lecteur qui va pouvoir commenter le contenu publié et même envoyer un message aux marques ou aux skieurs professionnels et amateurs présents sur le réseau. En partageant les vidéos ou les photos de ces pages sur la leur de sorte à ce qu'elle soit visible par leurs contacts, les internautes participent à une communication virale, gratuite et ciblée. Il faut malgré tout être vigilant car, sur facebook, certaines pages de skieurs n'ont pas été créées par celui-ci mais plutôt par des fans. La marque « officielle »⁵⁹ peut parfois aider à authentifier une page même si cela ne constitue pas un outil parfait. Il faut donc regarder les pages auxquelles l'utilisateur s'est abonné, comme celles de ses sponsors pour le skieur professionnel. Les photos et les statuts sont aussi des indices importants. L'historien doit aussi se rappeler que les réseaux sociaux n'existaient pas au début du développement du freeski à la fin des années 1990 et qu'il ne permettent pas forcément de récolter des indices sur ces périodes-là puisque ces réseaux sont des médias de l'immédiat. Malgré tout, la moyenne d'âge des utilisateurs de *facebook* est très jeunes puisqu'en 2011 plus de 72 %⁶⁰ des inscrits avaient entre 13 et 34 ans, la tranche d'âge à laquelle appartiennent la grande majorité des amateurs de freeski. Une grande partie des personnes qui nous intéressent fréquentent ces réseaux sociaux et il s'agit donc de ne pas les laisser de côté. Ils partagent des caractéristiques communes avec les forums

On trouve des forums qui traitent de tous les sujets possibles et imaginables et qui rassemblent des millions de personnes. La simple recherche du mot forum sur google

⁵⁷ <https://www.facebook.com/skieurmagazine>

⁵⁸ <https://www.facebook.com/powdermag>

⁵⁹ <https://www.facebook.com/pages/Gavaggio-Enak-Officiel/224461230970932?ref=ts>

⁶⁰ Etude statistique des utilisateurs de facebook : <http://www.kenburbary.com/2011/03/facebook-demographics-revisited-2011-statistics-2/>

renvoi à plus de dix milliards de résultats et le forum du site *skipass.com* par exemple, comptait au premier aout 2012, 76 438 membre pour 111 667 sujet et 2 625 075 messages. Hébergés par des sites de tous types, leur forme est souvent identique, comportant une page d'accueil⁶¹ et des sous-sections⁶² dans lesquelles on trouve des fils de discussion. Certains sont totalement libres d'accès et d'expression quand d'autres sont scrupuleusement modérés par des administrateurs et soumis à une charte de bonne conduite acceptée par tous les utilisateurs moyennant une inscription sur le site. Mais cette masse immense est-elle une source intéressante pour un historien ? Nous allons tenter de montrer comment aborder comme une source un forum de discussion en prenant l'exemple qui nous occupe celui du freeski. Nombre d'entre-eux sont dédiés au ski en général et au freeski en particulier et les grands sites spécialisés regorgent de discussions créées par les internautes et les administrateurs. Mais il est nécessaire, comme pour toute source, d'agir avec méthode.

Les écueils à éviter

Parler depuis un clavier en se cachant derrière l'anonymat que procurent les forums est toujours plus facile que d'exprimer ses opinions à la vue et au sus de tous. Beaucoup de gens ont tendance à rendre plus radicales leurs pensées et leurs propos lorsqu'il se trouvent sur internet, en exprimant des points de vue systématiquement à l'encontre de ceux des autres participant au forum. C'est un phénomène bien connu des internautes qui ont même affublé ces personnes de surnoms peu amicaux comme *trolls* ou *haters*⁶³ et, s'il peut apparaitre comme un phénomène anecdotique, il illustre parfaitement la déformation des idées et des propos que peut induire un forum ou une discussion sur internet. Les forums et les fils de commentaires des vidéos sur internet regorgent de débats interminables et souvent hors de propos alimentés par l'extrémisme de certains intervenants. L'historien, s'il veut travailler sur cette source, doit être conscient de cela et

⁶¹ <http://www.skipass.com/forums/>

⁶² http://www.skipass.com/forums/sports/ski_freestyle/forum.html

⁶³ Ces termes sont même définis par des dictionnaires ou des encyclopédies participatives en ligne comme Wikipedia (http://fr.wikipedia.org/wiki/Troll_%28Usenet_et_Internet%29) ou Urban Dictionary (<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=troll>)

ne jamais prendre au pied de la lettre les informations données par un internaute anonyme.

Certains forums sont également sujet à une censure qui dépasse la simple modération. Les sites marchands notamment n'hésitent pas à censurer les commentaires qui pourraient être néfastes pour un produit ou pour l'image de la marque, pratiques largement critiquées par les associations d'internautes et de consommateurs⁶⁴. Les administrateurs des sites en général ont le pouvoir de censurer chacun des messages postés et il est donc possible pour eux de changer complètement le fil de la discussion et de tronquer les conclusions qu'un historien pourrait en tirer. L'anonymat pose à ce titre beaucoup de problème. Difficile d'empêcher un internaute de s'identifier sous plusieurs pseudonymes et ainsi participer à une discussion derrière plusieurs identités. Certains sites sont pourvus de détecteurs qui empêchent la création de plusieurs comptes depuis la même adresse IP, mais ils sont perfectibles. Un administrateur de site ou une entreprise peut aussi laisser des commentaires à la manière d'un internaute lambda, sans que cela soit détectable par qui que ce soit. On peut donc affirmer que la parole dans les forums n'est pas aussi libre qu'il y paraît et il s'agit donc d'être prudent.

Malgré-tout, certaines règles à respecter permettent de faire un tri et de seulement conserver les fils de discussion qui nous intéressent pour une critique interne. Il faut tout d'abord observer la qualité générale du site qui héberge le forum que vous souhaitez étudier, cela peut donner des indices sur la qualité du forum. Un site bien entretenu, régulièrement mis à jour aura souvent un forum bien ordonné, animé par des sujets lancés par les administrateurs et strictement modérés pour éviter les trop nombreuses fautes d'orthographe et les propos insultants. Il peut aussi être intéressant de lire la charte que les internautes ratifient, souvent en cochant une case au moment de l'inscription sur le site ou le forum. Le site *Les cahiers du football* demande même aux personnes qui souhaitent s'inscrire sur le site et participer au forum de rédiger un petit texte⁶⁵ qui sera soumis à des administrateurs qui valideront ou non l'inscription. Il faut être vigilant face aux sites marchands qui, comme nous l'avons vu plus haut, n'hésitent pas à supprimer certains messages. Une fiche de produit ou un fil de discussion traitant d'un produit en particulier qui ne compte parmi ses commentaires que des critiques dithyrambiques doit attirer la méfiance du scientifique. Au-delà de ça, le scientifique peut aussi décider d'étudier la

⁶⁴ http://www.60millions-mag.com/kiosque/mensuels/cremes_antirides_pas_la_peine_de_se_ruiner_nbsp/les_marchands_du_web_gomment_la_critique

⁶⁵ http://www.cahiersdufootball.net/forum_fil.php?id_forum_fil=12&page=1415

forme générale et de faire une critique externe d'un forum et ne pas forcément tenir compte des points précédents.

Que tirer d'un forum ?

Le freeski est apparu au beau milieu de la rapide prospérité d'internet qui constitue le vecteur principal d'information et d'échange de ce sport à l'effectif très jeune. Les freeskiers sont donc presque tous passés par les sites spécialisés et leurs forums pour l'achat d'une paire de ski, la lecture d'article, la participation à des débats, la découverte de vidéos ou la recherche des résultats d'une compétition. C'est sûrement moins le cas de sports ou d'autres sujets qui attirent des populations plus âgées et moins au fait de l'utilisation d'internet. On peut donc penser que les forums rassemblent une partie non-négligeable des pratiquants et amateurs de freeski et les actuels 76 000 membres du forum de *skipass.com* et les plus de 190 000 inscrits de son compère américain *Newschoolers.com*⁶⁶ sont là pour le prouver. Les forums sont donc une source intéressante d'informations sur le freeski.

Il est nécessaire tout d'abord de se lancer dans une étude externe du forum qui nous permettra de tirer des premières informations. Par exemple, dans le cas qui nous intéresse, certaines sections du forum de *skipass.com* comportent beaucoup plus de pages que d'autres, ce qui peut constituer une première source de questionnement et d'information. Ensuite, le nombre de participants au forum peut donner des informations sur les effectifs que comptent ce sport. On peut aussi regarder l'âge moyen des internautes dans les forums qui offrent ce type d'informations. On peut aussi se demander quelles proportions de femmes et d'hommes constituent le forum. La faible quantité de femmes dans les discussions sur le freestyle et le freeride va de pair avec leur maigre représentation sur les snowparks.

Mais que peut-on conclure des discussions en elles-mêmes, des sujets lancés et des réponses obtenues par les internautes ? Tout d'abord, le grand avantage d'un forum pour un historien est qu'il permet de remonter dans le temps et de découvrir des messages rédigés plusieurs années auparavant. Le forum de *skipass* par exemple remonte jusqu'à 1999. Cela permet de retrouver beaucoup de choses comme les sujets

⁶⁶ <http://www.newschoolers.com/ns/forums/forums>

qui préoccupaient les pratiquants à cette époque, les skis qui attiraient le plus, les débats qui agitaient la toile à tel ou tel moment...

On peut trouver des informations sur les skis en eux-mêmes puisque beaucoup d'internautes demandent des conseils pour un achat futur au travers de ces forums⁶⁷. L'étude de ces questionnements et des réponses qui en découlent permet de comprendre ce que recherchent les pratiquants de ce sport. C'est aussi un moyen de redécouvrir des skis des années précédentes, ceux qui ne font pas ou plus l'objet de fiches de renseignements sur le site de la marque ou les sites spécialisés car trop anciens. On retrouve aussi beaucoup de discussions sur l'innovation du matériel⁶⁸ ou sur l'histoire des skis de freestyle et de freeride⁶⁹ qui peuvent donner des directions de recherches et des informations intéressantes sur ce même point.

Les forums sont aussi une source pour traiter de tout ce qui constitue aujourd'hui la culture freeski. On y trouve en effet beaucoup de débats internes sur la qualité de certaines vidéos, le style et le niveau de certains skieurs, la qualité de certaines boîtes de productions. Certains débats vont même plus loin en questionnant et en critiquant parfois très négativement l'évolution de ce sport⁷⁰. Le forum de *skipass*, alors qu'il affirme en page d'accueil être un site sur le freeski, propose d'autres sujets comme le snowboard, les sports de montagne en général, la météo, les techniques de photo. Une section se nomme même « *Blah Blah* »⁷¹ et rassemble des discussions autour du sport, du cinéma, ou même de la politique. Newschoolers avec son ancien et gigantesque forum, est aussi un exemple de site communautaire où se crée une véritable culture de groupe, très proche de celle observée sur le terrain. Ces forums sont aussi un moyen d'étudier le vocabulaire particulier usité dans ce milieu et de trouver des définitions de certains mots comme les noms des tricks réalisés par les freestylers⁷² ou certains termes d'argot prononcés par les pratiquants.

⁶⁷ <http://www.skieur.com/forum/viewtopic.php?id=580>

⁶⁸ « Définition technique d'un rocker et ski à cambre inversé »

<http://www.skipass.com/forums/sports/ski/freeride/sujet-109461.html>

⁶⁹ « Premiers skis de freestyle ? » <http://www.skipass.com/forums/enmontagne/direct/sujet-49331.html>

⁷⁰ « Quel avenir pour le freestyle ? » ; http://www.skipass.com/forums/divers/ski_freestyle/sujet-78974.html

⁷¹ <http://www.skipass.com/forums/divers/blahblah/forum.html>

⁷² <http://www.skipass.com/blogs/Tomitchy/dictionnaire-freestyle-.html>

5) Liste d'entretiens à privilégier pour une thèse

L'écriture d'une thèse sur l'histoire du freeski poussera obligatoirement l'étudiant à se lancer dans une série d'entretiens qui apporteront des informations qui permettront de combler les vides laissés par le manque général de documents et de sources. Mais pour cela il faudra en effectuer un nombre important pour créer une grille de lecture propre à ces interviews. En effet, les réponses à des questions sur la création et le développement du freeski d'un pratiquant de la première heure ne seront pas les mêmes que celles d'un champion de ces toutes dernières années. On peut également facilement imaginer que les versions de cette histoire seront différentes aux Etats-Unis, au Canada en France ou en Suède. Il s'agit donc de multiplier les interviews pour recouper les versions données, repérer les éléments qui divergent et ceux qui convergent pour créer un vrai corpus de document depuis lequel on peut tirer des conclusions

Il faudra donc commencer par interroger des skieurs et notamment ceux qui sont considérés comme les vrais créateurs du freeski d'aujourd'hui. Le skieur suisse Sylvain Saudan⁷³ né en 1936 à Lausanne fait figure de père du ski extrême, même au-delà de l'Atlantique⁷⁴. Il peut être un témoin très intéressant. Pour les générations ultérieures, aux Etats-Unis et au Canada il faudra interroger Glenn Plake, né en 1964 et pionnier du ski extrême dans les années 1980 ainsi que les skieurs de sa génération comme Scott Schmidt ou David Kraft que l'on retrouve dans des films comme *The Blizzard of Aahhhs* un film de ski extrême de 1988 réalisé par Greg Strump et qui se rapproche des films de freeski d'aujourd'hui. En France les pionniers du snowboard et du monoski tel que Régis Rolland, Pierre Béguin, Christophe Ducortil, Alain Gaimard, etc, furent parmi les premiers à faire des films de glisse sur neige⁷⁵ avec un esprit proche de celui que l'on retrouve aujourd'hui. Ils ont vu et participé à la création du freeski et de son matériel et sont donc d'excellentes sources d'informations. Ensuite il s'agit de s'appuyer sur ceux qui ont été les premiers à parler de *freeski* à la fin des années 1990. Les américains Mike Douglas, Phil Dion, Phil Larose J.P. Auclair, J.F. Cusson, Phil Belanger ou Seth Morisson sont les premiers à développer des partenariats avec des équipementiers pour créer des gammes de ski freestyle et freeride et faire des vidéos. Il en est de même pour les européens Julien Regnier, Laurent Niol, Enak Gavaggio, Romain Raison, Camille Jaccoux, Guerlain

⁷³ DREYFUS Paul, *Sylvain Saudan, Le skieur de l'impossible*, Paris, Arthaud, 1975

⁷⁴ BRIGGS Bill, *Beyond the Grand - The Life of America's most influential ski mountainer* : <http://www.wildsnow.com/articles/bill-briggs/bill-briggs-william-biography.html>

⁷⁵ *Apocalypse Snow*, tourné aux Arcs en 1983

Chicherit, qui sont également de cette génération qui se situe au tournant d'une nouvelle ère pour le ski et pourraient donc être d'un grand soutien pour un historien. Puis viennent les riders reconnus pour leurs participations à des vidéos majeures et à leurs victoires sur des compétitions du début des années 2000 comme Mark Abma, Vincent Dorion, Dim Charrière, Mick Deschenaux, Candide Thovex, Tanner Hall, Jon Olson, Fabien Maierhofer, Andreas Hatveit, Simon Dumont, Eric Pollard, Chris Benchetler, T.-J. Shiller, Charles Gagnier... Il faut aussi questionner les dernières générations qui n'ont certainement pas la même approche que leurs aînées. On peut citer pour celles-ci Kevin Rolland, Xavier Bertoni, Tom Wallish, Bobby Brown, Henrik Harlaut, Phil Casabon, Adam Delorme, Nick Martini, Sammy Carlson, Sean Petit, Julien Lange, etc. Les freeskiers amateurs que l'on retrouve en France dans des *crew* tels que la Néophile Familia, les Gpsy Feeling, le Crapule Crew, le CTR-Crew, ont une approche de ce sport différente des sportifs professionnels cités plus haut et peuvent donc aussi apporter des informations.

L'historien doit ensuite interroger des membres des grands équipementiers de ce sport et notamment ceux des marques de ski. Ils donneront peut-être des chiffres de vente, des données techniques sur le matériel, une chronologie et un historique de l'implication de la marque dans le freeski et expliqueront les attentes et les conclusions des différentes politiques vis-à-vis de cette gamme de produits. Les directeurs successifs des grandes marques comme Salomon, K2, Rossignol ou Atomic peuvent ainsi apporter des informations sur le moment où ils ont décidé de prendre le virage de freeski ainsi que sur les résultats de cette stratégie. Salomon et Rossignol par exemple, ont visiblement changé de politique à plusieurs reprises et des entretiens pourraient permettre d'y voir plus clair dans ces changements de cap. On peut citer par exemple les noms d'Ivan Thevenin, directeur marketing de Amersport, propriétaire de Salomon et Atomic depuis 2005, celui de J.-P. Baralo, team manager de Atomic et Salomon au début des années 2000, le team manager de Rossignol et winter marketing manager de *Rip Curl*, Damien Giraud ou encore Anthony Gazzilo, le team manager freeski en France de la marque *Nordica*. On peut savoir si ces stratégies diffèrent chez les marques spécialisées dans le freeski en interrogeant leurs créateurs qui sont souvent d'anciens skieurs reconvertis et peuvent apporter leur grande connaissance du milieu. Ainsi, les skieurs Tanner Hall et J.-P. Auclair pour la marque *Armada*, Julien Regnier et Camille Jaccoux pour *Black Crows*, Mick Deschenaux et Phil Belanger pour *Ninthward*, Guerlain Chicherit pour *Coreupt*, Régis Rolland pour *Apo skis*, Matt Sterbenz pour *4Front*, Josh et Jesse Cohen pour *Faction*. Nombres d'anciens skieurs, ceux qui ont connus les débuts du freeski, ont même été engagés par des marques pour travailler sur la conception et la communication autour de

la gamme freeski. Ainsi Mike Douglas et Romain Raison de Salomon peuvent apporter des informations sur la stratégie commerciale de la marque.

Interroger des membres de la Fédération Française de Ski et de L'Ecole Nationale de Ski et d'Alpinisme qui forment les moniteurs peut aussi s'avérer judicieux malgré le fait que le freeski n'y est que très peu représenté. Il s'agit de savoir pourquoi la FFS se tient loin de cette discipline du ski et comment elle appréhende l'apparition de disciplines freeski lors des Jeux Olympiques de Sotchi en 2014. Il faut aussi interroger des moniteurs qui se sont lancés dans les cours de freeski (Nico Didry cité plus haut, Benoit Koch à Saint Pierre de Chartreuse, Luca Baraldi des deux Alpes, Antoine Diet à Val Thorens par exemple) et des professeurs de l'ENSA. D'autres professionnels du secteur peuvent être également interrogés comme les organisateurs d'événements Gaylord Pedretti de l'agence *Like That* qui organise l'IF3 en France ou encore le Kumi Yama en été sur le glacier des Deux Alpes, l'Allemand Nico Zacek, ancien freestyler professionnel qui organise le Nine Knights en Autriche, les responsables de l'organisation du Dew Tour chez le fabricant de boisson énergisante *Mountain Dew*, ceux du Freeride World Tour chez le spécialiste du textile technique *the North Face* ou l'horloger *Swatch* ou encore ceux de SFR pour le *SFR tour* français.

Les directeurs des stations de sports d'hiver et notamment ceux qui ont accueillis très vite des snowparks et des événements freeski sur leurs domaines, peuvent apporter leur contribution en expliquant comment les stations reçurent ce nouveau phénomène, en donnant des informations chiffrées sur le nombre de pratiquants accueillis ou en informant sur la politique menée vis-à-vis de ce nouveau sport. Ainsi on pourrait cibler les directeurs des Arcs, des Deux Alpes, de Tignes, des Sept Laux ou de Vars pour la France, ceux de Verbier ou de Laax en Suisse ou encore ceux de Mammoth, Park City ou Whistler aux Etats-Unis et au Canada. En Nouvelle Zélande, on peut citer la station *Snowpark*, qui comme son nom l'indique n'est constituée que d'un snowpark. En Italie la station de Val Senales accueille désormais des snowparks de grande qualité tout comme les stations autrichiennes d'Innsbruck et d'Intertux. Il faut aussi interroger les directeurs des pistes et des remontées mécaniques et ceux des offices de tourisme qui, en France tout du moins, jouent un rôle très important dans la communication autour de ce sport. On peut ainsi évoquer Jean Marc Silva, aujourd'hui directeur de France Montage, un organisme qui travaille à la promotion de la montagne française au national comme à l'international. Directeur de l'office du tourisme des Sept Laux puis des Arcs, il a une grande expérience du fonctionnement des stations de ski et a vu arriver et développer le freeski. En France, on peut aussi questionner les maires des communes sur lesquelles sont implantées les

stations et dont elles sont parfois propriétaires comme l'historique maire de Courchevel, Gilbert Blanc-Tailleur, conseiller municipal à partir de 1983 et maire depuis 1997. Il y a aussi Pierre Eymeoud, maire de Vars depuis 1989 et PDG de la SEM Sedev, l'entreprise qui gère les remontées mécaniques d'une des stations qui s'est clairement tournée vers le freestyle ces dernières années.

Les photographes, vidéastes, producteurs, réalisateurs et monteurs représentent aussi une source intéressante car ils suivent parfois ce sport depuis ses débuts. De plus, l'ensemble de ces professionnels vouent une vraie passion pour le freeski et sa culture qu'ils fréquentent quotidiennement. Ils peuvent donc apporter leur grande expérience du terrain ainsi que des informations sur la culture de la vidéo et de la photographie dans ce milieu. On peut citer Didier Lafond ou Greg Stump, réalisateurs de films de ski extrêmes dans les années 1980 puis les fondateurs et directeurs des agences Poorboyz (Johnny DeCesare), Matchstick Production (Steve Winter, Murray Wais), Téton Gravity Research (Steve Jones), Level 1 (Josh Berman), Garchois Films (Laurent Jamet) ou PVS Production (David Lacote). Il faut aussi interroger les monteurs et les cadreurs qui souvent travaillent ou ont travaillé pour plusieurs agences ou plusieurs événements.

Il faut aussi se pencher sur les magazines papier ou en ligne, ceux spécialisés dans le freeski et qui ont été créés par des passionnés de freeski. Guillaume Desmurs et Guillaume Lahure (Jury à l'IF3 d'Annecy en 2011) de *skipass.com* ont inauguré leur site en 1997 et sont donc des témoins privilégiés du développement du freeski. Le responsable freeski du magazine *Skieur Magazine*, Matt Raynaud doit être entendu au même titre de même que Grindmedia qui hébergent les journaux papiers.

Certains commerçants, notamment dans les stations peuvent aussi apporter leur expérience. En effet on trouve nombre de magasins spécialisés dans les sports de glisses et notamment le freeski. Surtout basés dans les stations, certains sont là depuis les débuts des skis de freestyle et de freeride. A Grenoble on trouve le magasin *La Glisse* qui très tôt se lance dans la vente de ski de freestyle pour se poser comme le premier spécialiste du genre dans l'agglomération. Si cela peut être anecdotique au premier abord, certains bars de stations tenues depuis longtemps par des passionnés de glisse, proposent des animations et des événements autour du freeski dans leurs établissements et se sont spécialisés dans l'accueil de cette clientèle particulière en diffusant des images de ski ou de snowboard. Ils peuvent donc être parfois les témoins privilégiés de la scène freeski dans certaines stations où ils constituent le point de rendez-vous des pratiquants. Ainsi on peut citer les Bleuets aux Deux Alpes ou Boubou aux Arcs.

PARTIE III : L'HISTOIRE DU FREESKI

Introduction

Les Jeux Olympiques d'hiver de Sotchi, en Russie, accueilleront en 2014 une nouvelle discipline du ski alpin : le freestyle⁷⁶. Les skieurs s'affronteront sur le *half-pipe*, un demi-tube en neige, et sur le *slopestyle*, une succession de modules de freestyle. Ils devront faire les figures acrobatiques les plus belles et les plus techniques pour espérer faire pencher les juges en leur faveur. Ces deux disciplines étaient jusqu'à maintenant réservées aux snowboarders freestyle. Cette accession à la plus prestigieuse des compétitions internationales vient couronner la création et le fort développement depuis la fin des années 1990, de ce qu'on appelle communément aujourd'hui le *freeski*.

Le freeski englobe plusieurs pratiques, la première étant le ski freestyle. Ce sport consiste à effectuer des figures acrobatiques à partir de modules taillés dans la neige des snowparks. Ces zones, qui sont présentes aujourd'hui sur les domaines skiables du monde entier, sont dédiées à cette pratique et sont partagées avec les snowboarders. Les modules sont principalement des *kicks*⁷⁷, tremplins suivis d'un plat appelé table et d'une réception en pente. On y trouve aussi parfois des *half-pipes* et des *rails*⁷⁸, des barres métalliques ou des boîtes en plastique sur lesquels glissent les skieurs. On retrouve aussi le ski freestyle en ville où les amateurs de ski urbain taillent des modules et glissent sur des rambardes d'escaliers et autre mobilier urbain, à la manière des skateurs et des snowboarders. En compétition, les skieurs sont évalués par des juges sur les différents modules cités précédemment. Sont pris en compte la difficulté technique, l'amplitude des sauts ainsi que le style apporté aux *tricks*, mot le plus utilisé pour parler des figures acrobatiques. Au delà des compétitions, le freestyle s'épanouit dans des vidéos et des films dans lesquels la beauté des images et le style des figures est privilégié à la difficulté purement technique.

Pour ce qui est de la terminologie, il faut noter que partout dans le monde on utilise le terme anglais *freestyle*. En France, sa traduction par « ski acrobatique » est erronée car elle renvoie à une autre discipline qui rassemble, aux Jeux Olympiques d'hiver, le ski de

⁷⁶ *Du ski half pipe aux Jeux de Sotchi* : http://www.lexpress.fr/actualite/sport/du-ski-half-pipe-aux-jeux-de-sotchi_980175.html

⁷⁷ Même en France, les pratiquants n'utilisent que ce mot qui a emprunté une définition toute particulière. Le mot bosse en français renvoie plutôt à un monticule naturel.

⁷⁸ Ici encore les pratiquants de toutes nationalités n'utilisent pas de traduction de l'anglais pour les termes *half-pipe* et *rail* et l'utilisation d'une version française approximative serait une erreur pour cette étude.

bosses, le saut, et le ski cross⁷⁹. Le terme « saut à ski » renvoie, quant à lui, au saut en longueur pratiqué avec des skis, celui qui fait notamment partie du combiné nordique. La traduction littérale de freestyle par « style-libre » n'est quant à elle pas du tout utilisée par les pratiquants et les professionnels. Le terme renvoi tout de même à un aspect revendiqué par les freestylers, celui de la liberté d'une pratique qui s'affranchira de la rigidité du ski alpin traditionnel. Aux USA et au Canada, on utilise le terme « *freestyle skiing* » pour parler du ski acrobatique. C'est pour éviter les confusions que de manière officielle, lors des compétitions majeures ou dans les grands médias par exemple, on utilise le terme de « *freeskiing* »⁸⁰. Malgré tout, la plupart des pratiquants amateurs et professionnels aux USA utilisent le terme freestyle comme le prouvent la plupart des vidéos de ce sport. Enfin, il faut noter que l'on utilise le terme freestyle pour les variantes acrobatiques de nombre de discipline comme le snowboard, la motocross, la motoneige, le football, le BMX, la trottinette ou même la pêche.

Le *freeride*, seconde discipline à s'intégrer dans le freeski se pratique aux abords des grands domaines skiables ou sur d'autres faces abondamment enneigées de certains massifs montagneux du monde entier. Il s'agit alors pour les freeriders de descendre des pentes en hors-piste en privilégiant la qualité et la virginité de la neige, la beauté et la difficulté de la ligne choisie ainsi que les sauts de barres rocheuses, parfois accompagnés de tricks à la manière des freestylers. Les freeriders cherchent à minimiser le temps de monter pour maximiser le temps de descente et utilisent donc la plupart du temps les remontées mécaniques des stations. Les freeriders professionnels utilisent aussi des motoneiges ou des hélicoptères qui les déposent au sommet des faces. Les compétitions de *freeride* se déroulent sur une face sur laquelle s'expriment tour à tour les skieurs. Des juges établissent ensuite une note en fonction de la fluidité de la descente, du niveau de difficulté technique de la ligne empruntée et de la qualité des sauts de barres rocheuses. Les freeriders partagent le besoin de tourner des images avec les freestylers en privilégiant l'aspect esthétique et impressionnant à la pure qualité technique. Ici encore le terme de ski freeride ne renvoi à aucune traduction en français.

Le terme ski « hors-piste » est trop vague et nous verrons plus tard que le «ski de randonnée» diffère du ski freeride. Le terme « ski-extrême » fut utilisé juste avant l'apparition du terme freeride et n'a presque plus cours aujourd'hui. L'expression « ski de pente raide » renvoi quant à lui, à un ski bien particulier qui s'effectue en très haute montagne sur des pentes à plus de 50° et se rapproche surtout du ski-alpinisme. Freeride

⁷⁹ <http://www.olympic.org/fr/ski-acrobatique>

⁸⁰ La sous section du site de ESPN se nome freeskiing : <http://espn.go.com/action/freeskiing/>

renvoi aussi aux variantes « hors-piste » de certains sports comme le VTT, la moto-cross, ou le snowboard. Le terme freeride définit finalement un sport qui se pratique loin de tout cadre aménagé.

Ces deux disciplines se trouvent réunies dans le *ski freestyle-backcountry*, du ski freestyle qui se pratique hors des pistes et des snowparks à l'aide des mouvements naturels du terrain ou de *kickers* artificiel. Le Red Bull LineCatcher à Vars en 2010 fut la première compétition de freestyle backcountry de l'histoire d'une pratique jusqu'alors surtout visible grâce aux vidéos jusqu'alors. Il s'agissait d'une face hors piste, traversée de barres rocheuses au-dessus desquelles étaient taillées des kicks. Beaucoup de freestylers professionnels comme amateurs s'adonnent à cette pratique qui offre des réceptions en poudreuse et permet donc une amplitude supérieure. Les freeriders aussi sont amateurs de cette pratique et la liste de départ des trois éditions du Red Bull Linecatcher est là pour prouver la réunion de ces deux disciplines. On y trouvait des freestylers (Candide Thovex, JP Auclair...) et des freeriders (Sean Pettit, Victor Galuchot...).

Pour parler des pratiquants du freeski, nous utiliserons le terme anglais « *freekier* » qui ne semble pas exister dans le dictionnaire mais qui est utilisé par la presse internationale. Le terme « *freeskieur* » n'existe pas en français et les médias français utilisent de préférence le terme anglais.

Le terme freeski rassemble donc toutes ces disciplines. La plupart des films de freeski mêlent d'ailleurs leurs images et beaucoup de freeskiers professionnels sont très à l'aise dans les trois disciplines. Mais le terme freeski représente aussi une culture, une identité que le groupe s'est créée. Le freeski est aujourd'hui considéré comme faisant partie de la famille des sports de la *culture glisse*, représentés originellement par le surf, le skatebaord et le snowboard et venant de Californie et d'Australie. Il lui emprunte son goût de la vidéo, de la liberté et du style, et une partie de ses références culturelles et de son langage. Les freeskiers, même en France se surnomment aux mêmes des *riders* et ils ne skient pas, ils « *rident* », en bon français. Cet anglicisme est le même terme qui est utilisé dans tous les sports de glisses. Les sites internet et les magazines papiers spécialisés qui traitent du freeski utilisent d'ailleurs beaucoup le vocabulaire cité auparavant. Des codes vestimentaires, musicaux et philosophiques servent aussi de fondement à la création d'une identité de groupe par le freeski. Si le freeski détient désormais un statut de sport professionnel il est aussi de plus en plus pratiqué par les amateurs qui se revendiquent comme des membres à part entière de cette culture.

Mais le freeski est aussi un univers commercial et professionnel qui s'est fortement développé. Les industries et les marques qui produisent du matériel destiné au freeski sont les mécènes principaux de ce sport en finançant les compétitions, les films et les vidéos et en créant des contrats de sponsoring pour les athlètes qui deviennent professionnels. Des innovations techniques profitent aux skis, au matériel vidéo et aux moyens de communication, faisant des industriels et des marques de véritables moteurs du développement du freeski.

Le phénomène peut à ce titre interroger nombre de scientifiques. Un sociologue pourrait étudier cette population d'amateurs et de professionnels, souvent très jeunes et originaires des régions montagneuses. Sa sociologie est sûrement très différente de celle de la grande majorité des skieurs alpins et n'a jamais été étudiée alors qu'elle semble prendre de plus en plus de place au sein des stations de ski du monde entier. En outre, un spécialiste pourrait se pencher sur les enjeux économiques d'un sport professionnel qui est né loin des fédérations nationales et internationales. Ce serait aussi un moyen d'aborder les aspects économiques de l'ensemble des sports de glisses dont les professionnels et les événements sont uniquement financés par des marques aux travers de sponsorings et de partenariats. Les stratégies commerciales particulières des marques spécialisées dans le freeski pourraient aussi donner lieu à une étude sur les enjeux de la communication par le sponsoring.

Pour les historiens, le sujet peut être abordé de plusieurs manières. Il doit tout d'abord, être inséré dans les études qui traitent de l'histoire du ski en général car il est devenu une composante importante de l'effectif des skieurs et a apportés des pratiques et des techniques que l'on retrouve aujourd'hui dans l'ensemble de l'univers du ski. Une étude sur l'histoire des innovations dans l'industrie du ski devra obligatoirement passer par le freeski qui est responsable de beaucoup d'évolutions dans la conception des skis en général depuis la fin des années 1990. Il est aussi possible de faire une histoire culturelle de ce sport et par extension des sports de glisse en générale qui montrent leur désir de casser les codes traditionnels du sport.

Le sujet cadre avec l'intitulé du *Master Société des Mondes Modernes et Contemporains* puisque le freeski est devenu un véritable sport traversé par des enjeux économiques, culturels et sociologiques installés durablement depuis le début des années 2000. Il est aussi en adéquation avec l'Allocation Nationale de Recherche TIMSA, basé à la MSH Alpes et qui rassemble des recherches sur le Territoire, les Innovations, les

Marchés et les Sports dans les Alpes. Le freeski est en effet un sport fortement implanté dans le territoire alpin et il représente un marché très dynamique en terme d'innovation.

J'ai tout d'abord choisi de traiter ce sujet car le freeski est un sport qui me passionne et que je pratique depuis quelques années à travers le CTR-Crew, un collectif de freeskiers amateurs qui réalise des vidéos de ski depuis 2008. J'ai pu grâce à cela, faire le constat qu'il s'agit d'un sport récent, qui a beaucoup évolué et qui n'a fait l'objet d'aucune recherche historique. J'ai donc voulu offrir une première approche historique d'un sport qui a conquis une partie de la jeunesse de la région grenobloise dans laquelle j'ai grandi. L'absence de toute étude scientifique sérieuse de ce phénomène m'a permis rapidement de cerner les enjeux de ma démonstration. Il s'agira d'établir les premières bornes historiques, de faire un travail de définition des termes du sujet et de lister les sources et documents utilisables, pour poser les premiers jalons permettant une étude historique plus poussée sur le freeski. C'est un travail préliminaire obligatoire qui va permettre de tirer les axes de recherches à privilégier et d'offrir un premier cadre formel pour une éventuelle étude de plus grande envergure que celle d'un mémoire de Master 2.

Il fut en revanche compliqué d'écrire un plan précis et ainsi de dégager les grandes parties qui constitueront ce mémoire. J'ai tout de même privilégié un plan thématique à un plan chronologique car c'est le meilleur moyen de faire un travail de définition et de listage des composantes du freeski. La seconde difficulté a résidé dans la maigreur de la bibliographie qui concernent mon sujet et dans le caractère très nouveau de mes sources pour lesquels il faut adopter des méthodes à inventer pour l'occasion. Il est aussi très compliqué de trouver des statistiques et des chiffres. Ainsi, je n'ai pas trouvé d'étude statistique sur les pratiquants du freeski et les fabricants de ski rechignent à diffuser leurs bilans commerciaux. Difficile aussi de trouver des informations sur les anciennes gammes de ski et il faut éplucher les sites et leurs forums pour trouver des noms qui permettent d'aiguiller les recherches. Il faut aussi souligner que nombre de sources sont en anglais et qu'il faut une réelle connaissance des expressions utilisées dans le milieu. Bien souvent on ne trouvera pas ces termes dans les dictionnaires anglais ou français ou, tout du moins avec une autre définition. Se pose alors la question de l'utilisation de ces mots qui sont dans leur grande majorité des anglicismes et des termes argotiques dans une étude en français. Il semble malgré tout qu'on ne peut passer outre ces termes largement utilisés à l'oral et que l'on retrouve dans tous les médias qui traitent de ce sport car ils définissent précisément des aspects qu'une traduction approximative contribuerai à rendre flou. Certes ces mots ne sont pas « jolis » et il n'est pas facile d'admettre le fait de ponctuer ses

phrases par des anglicismes mais ceux-ci sont nécessaires car ils permettent de clarifier le propos et de rester proche du sujet et de sa réalité.

Il s'agira donc de découvrir, à travers ce mémoire, comment s'est créé le freeski au tournant des années 1990 et ce qui nous permet de parler aujourd'hui d'une discipline sportive à part entière. Il faudra questionner les sources pour comprendre comment a évolué cette pratique, sa culture sportive, son matériel et sa technique.

Pour cela, cet historique sera composé de cinq chapitres. Nous traiterons d'abord de l'apparition des gammes de ski destinées à la pratique du freeski. Elles sont les initiatrices d'un mouvement qui va prendre de plus en plus d'ampleur et permettre la création de fabricants uniquement spécialisés dans le freeski. Le freeski profite des multiples innovations techniques apportées à la construction des skis par les industriels. Nous verrons ensuite comment se sont développées les techniques sportives du freestyle et du freeride, au croisement entre ski acrobatique et snowboard avant d'aborder les aspects compétitifs et professionnels de ce sport qui sont composants essentiels du monde du freeski. Il faudra ensuite se pencher sur les aspects culturels de cette pratique en montrant qu'elle s'éloigne de la culture du ski alpin pour faire partie intégrante des sports de glisse mais qu'elle a aussi inventé ses propres codes. La vidéo, qui fera l'objet d'une dernière partie joue un rôle primordial dans la codification de l'univers, professionnel, technique et culturel du freeski.

Chapitre 1 : La création des gammes de skis destinées au freestyle et au freeride

Section 1 : Quand les fabricants historiques de ski se lancent sur le marché du freeski

Au début des années 2000 les grands fabricants de skis vont se lancer dans la création de nouvelles gammes dédiées au freeski. Les industriels profitent du vent de renouveau qui souffle sur le marché depuis l'arrivée des skis paraboliques au milieu des années 1990. En 1987, la marque française *Duret*, en collaboration avec le skieur Patrick Kopp est la première à concevoir un ski plus large en spatule et en talon, en *taille de guèpe* comme on disait alors⁸¹, une véritable révolution pour le monde du ski habitué à des skis parfaitement droits. Cette innovation est rapidement récupérée par d'autres marques de ski et ainsi, en 1992, c'est *Elan* (Slovenie) avec le SCX⁸², puis le français *Dynastar* qui conçoivent ce type de planches et lancent ainsi une nouvelle façon de glisser. Le *carving*, consiste à effectuer des virages uniquement sur la carre du ski, sans déraper, ce qui permet de gagner de la vitesse dans les virages plutôt que d'en perdre. Ces évolutions profitent d'abord aux skieurs professionnels lors des grandes compétitions. Dynastar sera d'ailleurs la marque la plus médaillée aux Jeux Olympiques d'Albertville en 1992. Puis en 1994 c'est *Head* qui lance le premier ski parabolique à destination du grand public, le *Cyber*. Elle est rapidement rattrapée dans les années qui suivent par Atomic avec le BetaCarv, par Dynamic avec le Freeride Easy, par Dynastar avec le BIG Max. Plus tard, au tournant des années 2000, Salomon raccourcit les skis paraboliques pour leur donner encore plus de maniabilité. C'est une révolution ludique pour les skis qui deviennent alors plus joueurs et plus faciles à skier. Le carving devient un phénomène et toutes les marques créent des gammes spécialement destinées à cette pratique. La technique même du ski change et il faut désormais écarter les pieds et porter son poids

⁸¹ Historique de la marque Duret sur leur site : http://www.duretskis.com/histoire_de_la_marque_duret.html

⁸² Idem pour Elan : <http://www.elanskis.com/fr/history.html>

vers l'avant pour utiliser au mieux les skis paraboliques. Dès la fin des années 1990 les skis droits disparaissent des gammes et le ski parabolique court, devenu un standard, a fait évoluer la technique même de la pratique du ski.

C'est à ce moment qu'apparaissent les premiers skis dédiés au freestyle et au freeride, développés par des marques, en collaboration avec d'anciens skieurs. À une époque où le monoski, les snowblades (mini-skis) et le snowboard, avec leur image plus jeune et plus libre que le ski alpin traditionnel attirent un public jeune et sans cesse grandissant, il s'agit de créer des skis dédiés à la même pratique que les snowboarders freestyle et ainsi créer une nouvelle manière de skier, une nouvelle discipline du ski alpin. En 1995, l'américain Jason Levinthal crée la marque *Line* qui est la première à proposer des skis de freestyle ludiques, inspirés des snowboards et qui permettent de skier à l'envers grâce à un talon relevé et d'obtenir de meilleures performances dans les sauts. À ses débuts, la marque n'est qu'une minuscule fabrique artisanale créée par un étudiant de l'université de Buffalo à New York mais à l'été 1996 des commandes plus importantes venant du Japon leur sont adressées les obligeant à agrandir leur entreprise. Malgré tout, ils peinent à intégrer le marché américain⁸³. En 1996, K2, une marque américaine historique lance son premier ski de freestyle, le *Poacher*. C'est un ski bi-spatulé, c'est-à-dire relevé en spatule et en talon, qui permet de skier et de réceptionner en arrière. Dans le même temps, la marque créée en 1962 décide d'abandonner la compétition et de se concentrer sur le freeski et le carving, avec une gamme de all-mountain, une gamme de freeride et une gamme de freestyle⁸⁴. En 1997 Mike Douglas qui est l'entraîneur de l'équipe canadienne de ski de bosses (Moguls en anglais) cherche lui aussi à créer des skis en s'inspirant de ce qui se faisait alors en snowboard freestyle et commence à présenter son projet à différentes marques⁸⁵. C'est Salomon, un des plus grands fabricants de skis qui accepte alors de créer ce premier ski de freestyle. Mike Douglas compte alors dans son équipe de skis de bosse les skieurs J.-F. Cusson, J.-P. Auclair, Vincent Dorion et Shane Socks qui seront les premiers à tester ces skis et qui deviendront par la suite les premiers champions du freestyle. C'est en 1998 que sera lancé le premier Salomon Teneighty, un ski conçu pour le freestyle et destiné à concurrencer les snowboarders sur leur propre terrain de jeux. Il sera le premier véritable succès

⁸³ Raconté dans l'histoire de Line sur le site de la marque : <http://lineskis.com/our-story>

⁸⁴ <http://www.skipass.com/news/72867-nouveaute-k2-le-bolt.html>

⁸⁵ Mike Douglas raconte cela dans une vidéo de Salomon de 2008 : <http://www.youtube.com/watch?v=AKkyygSGa0U>

commercial international d'un ski de freestyle bi-spatulé. On parle alors de skis *newschools* pour caractériser ces planches larges, souples et au talon arrondi et relevé et au design coloré⁸⁶. Rapidement, d'autres marques suivent le mouvement *newschool* en se lançant dans la création de ce type de skis. Rossignol lance le Pow'Air en 1999⁸⁷, Dynastar introduit le Twinboard Concept au même moment alors que la marque Lacroix sort aussi un ski de ce type juste avant les années 2000⁸⁸. Ces skis continuent à être déclinés et modifiés au fil des saisons et apparaissent même des pro-modèles, des skis au nom des premiers champions du freestyle comme le Candide Thovex chez Dynastar en 2000 puis les trois Teneighty de Salomon, le Junpei Endo, le Vincent Dorion et le J.-F. Cusson en 2002⁸⁹. C'est cette même année que la marque Scott lance son premier ski de freestyle, l'Octane P2⁹⁰, que l'allemand Volkl intègre le marché avec le *V-Pro* et que l'Autrichien Atomic lance sa première gamme freeski avec le *Zone Tweak*, comme représentant freestyle. C'est aussi en 2002 que Rossignol lance sa gamme de freestyle avec le Scratch, qui sera un véritable succès commercial et qui équipera nombre de freestylers professionnels.

Les fabricants de skis créent aussi des ski destinés au freeride en élargissant progressivement les lignes de cotes pour permettre une meilleure portance du ski dans la poudreuse. Des 1996 on découvre une série de skis aux noms évocateurs destinés par les fabricants au ski hors-pistes. Ainsi les Atomic Powder Cruise, les Dynamic Powder Freeride, les Volant Chubb, les K2 Big Kahuna, Les Olin Outer Limit et les Rossignol Axiom⁹¹. En 1997 viennent s'ajouter des skis comme l'Atomic Powder Plus, le Dynastar Big Powder, le Volkl SnowRanger, le Salomon ProLink X-Mountain, le Volant TI-Chubb ou encore l'Elan Fudd. Ces skis encore destinés à une clientèle très spécifique sont vendus sur le marché américain et alimentent notamment les complexes créés autour de l'héli-ski (la dépose en hélicoptère). Certaines petites marques comme Odyssey (USA) proposent ainsi dès 1992 des skis larges et taillés différemment, mais leur production n'excède pas quelques dizaines de paires par ans. La marque Volant propose même le Spatula, en 2001. Créé par Shane McConkey, un skieur professionnel, c'est le premier ski à cambre

⁸⁶ cf. Annexe 1 : Quelques exemples tirés des gammes de freeski du milieu des années 2000

⁸⁷ Appelé Rek Twin-Tip avant sa sortie, a en croire cette page du forum de skipass en 1998 dans laquelle les internautes évoque cette curieuse nouvelle gamme de ski : <http://www.skipass.com/forums/sports/ski/sujet-28897.html>.

⁸⁸ Selon le photographe Chris O'Connell dans une interview sur *Skipass* :

<http://www.skipass.com/news/21640-10-ans-de-freestyle-par-chris-.html>

⁸⁹ <http://web.archive.org/web/20010409204231/http://www.skipass.com/ubbvf/Forum14/HTML/000027.html>

⁹⁰ <http://web.archive.org/web/20010619192107/http://www.skipass.com/ubbvf/Forum14/HTML/000030.html>

⁹¹ Information du magazine SKI Canada, citée par un internaute sur *zoneski.com* :

<http://www.zoneski.com/forum/index.php/topic/10325-evolution-des-skis-freeride-depuis-1997/>

inversée pour que le ski déjauge plus facilement en poudreuse.⁹² Puis ces gammes deviennent plus accessibles et commencent à être exportées des USA et du Canada. Depuis 2000, c'est la gamme X-Scream qui faisait office de gamme freeride chez Salomon avec en entrée de gamme des skis *all mountain* c'est-à-dire typé freeride sans délaisser les performances sur piste. En haut de la gamme on trouve des skis plus larges, plus rigides et longs, destinés à la pratique du freeride dans des espaces ouverts et des pentes importantes. En 2002, on trouve le même type de gamme qui comporte entre 3 et 5 skis en général, chez Rossignol avec les Bandits, chez Dynastar avec la gamme 4X4 puis Intuitiv, chez Nordica avec la très longue gamme Beast, chez Head avec les X puis les Monster ou chez K2 avec les T:Nine (Femins) et les Axis pour les hommes. Ces gammes conservent des esthétiques proches de ceux des skis de pistes vendus à l'époque et ils n'excèdent que très rarement les 80 millimètres aux patins⁹³. Ils font, malgré tout, le lien entre les gammes pistes et les gammes freeride qui commencent à compter des skis plus larges destinés aux jeunes pratiquants désireux de se lancer hors-piste.

Il faudra attendre la création par Salomon du Pocket Rocket en 2002⁹⁴, pour trouver le premier succès commercial d'un ski de freeride newschool qui sera vendu aussi en Europe. Ses mensurations importantes pour l'époque, son design jeune, inspiré du Teneighty, et son talon relevé sont très inhabituels pour les skieurs de ce début de siècle. On s'interroge beaucoup sur les qualités de glisse d'un ski aussi large qui est à l'origine de nombreux débats⁹⁵. Le Pocket Rocket est un vrai ski de freeride, avec 90 millimètres au patin et qui cible un public jeune adepte de sauts de barres rocheuse et de freestyle backcountry. On retrouve rapidement ce type de skis aux lignes de cotes imposantes chez les autres fabricants avec le Sugar Daddy et le Big Daddy de Atomic, le V-Explosive de Völkl, le Big Stix 106 de Fisher. C'est aussi à cette période que les marques introduisent des skis de freestyle plus larges qui serviront à la pratique du freestyle dans la poudreuse. Il s'agit des premiers skis de freestyle backcountry. On peut citer l'AK Enemy et l'AK Launcher de K2 sortis en pour l'hiver 2001/2002. En 2002 le Scratch BC de Rossignol, le Stomp de Atomic, les V-Pro et V Expression de Völkl ou les trois Big Stix de Fisher.

Il semble qu'en 2003 la totalité des marques généralistes et internationales de skis ont intégré le phénomène freeski dans leurs gammes. Toutes sont pourvues d'au moins un ski de freestyle, un ski de freestyle backcountry et un ski freeride. Leurs noms excentriques et leur univers graphique et coloré, s'éloignent des noms techniques évoquant

⁹² Un article sur ce ski devenu mythique : <http://theullrinfluence.wordpress.com/2011/12/01/new-technology/>

⁹³ Le milieu du ski.

⁹⁴ <http://fr.salomonarchive.com/year/2002.php>

⁹⁵ 2002 sur skipass.com, débat autour les Pocket Rocket «sujet de controverse», selon le titre du sujet : <http://www.skipass.com/forums/sports/ski/sujet-27828.html>

la vitesse et la performance et des simples logos et lignes géométriques qui décorent les skis de pistes. Certaines marques ont même plusieurs skis de freestyle pour s'adapter aux différentes pratiques (snow park, half-pipe et backcountry) et aux différents niveaux. De petites marques nationales comme Extrem (Suede), Kneissl (Autriche), Lacroix (France), Odyssey (USA) commencent aussi à proposer des skis de freeride puis de freestyle.

Plus on avance au-delà de l'année 2003, plus il est facile de trouver des informations sur les skis de freestyle et de freeride sur internet. En effet, beaucoup de sites ont en effet été créés à cette période et conservent des archives ou des revues de matériel⁹⁶. Mais on comprend aussi qu'en intégrant la toile, ces skis ont pris de plus en plus d'importance et que cette gamme est pleinement intégrée par le marché du ski et que l'évolution continue. A partir de cette période les gammes de freeski sont de plus en plus fournies chez les fabricants généralistes. Rossignol ajoute deux Scratch pour enfant et un nouveau Scratch FS entre 2002 et 2003. Dans le même temps K2 intègre un nouveau ski de freestyle, le Public Enemy, un freestyle BC le Seth Pistols (pro-modèle Seth Morrisson) et un ski de freeride très large, le Kahuna. La marque Atomic ajoute à son offre un ski de freeride/télémark (le Tele Daddy) et un freestyle (Le R11 Pulse). Head étoffe ses gammes Mad Trix et Monster avec deux skis supplémentaires. En 2004, K2 ajoute encore un freeride féminin, le T-Nine Phat Luv, un freestyle, le Fujative et un gros ski de freeride, le Made N'AK. La même année Rossignol rajoute à nouveaux deux Scratch et deux nouveaux Bandits dont un féminin. Les gammes vont ainsi continuer à grandir jusqu'en 2006 période à laquelle elles comptent toutes des gammes très larges pourvues de versions pour les femmes et pour les enfants. En 2007 la gamme freeski de Rossignol compte 19 skis et celle de Dynastar en dénombre 16. Il y a la même année 15 skis de freeski chez Atomic, 14 chez Salomon (avec 11 ski de freestyle !), 12 chez K2⁹⁷. En moins de 10 ans les grandes marques ont totalement investi le marché du freeski dont elles participent à l'évolution en renouvelant et en étoffant leurs offres.

Le nombre de ski dans ces gammes va malgré tout plafonner. Jusqu'en 2012, les gammes freeski vont se raccourcir et parfois se réorienter. Ainsi Rossignol réduit ses gammes masculines pour proposer plus de skis féminins. En 2012 Salomon ne compte plus que trois skis de freestyle même s'il a étoffé sa gamme freeride. Atomic ne compte plus que deux skis de freestyle contre sept en 2007 et sa gamme freeski a perdu quatre paires. Dans le même temps, la gamme de Dynastar s'allège de trois paires de freestyle.

⁹⁶ www.ski-review.com, <http://fr.salomonarchive.com/>, <http://www.sportsgearguide.com/>

⁹⁷ Guide très complet des skis de 2007 sur skipass : <http://www.skipass.com/guide-matos/ski/2007/>

La stratégie des grandes marques a donc évolué et il semble que la politique d'expansion rapide des gammes de freeski n'a pas rencontré un grand succès commercial. Le sport est jeune et le nombre de pratiquant reste faible. La volumétrie de vente de ce type de ski est très faible au regard des autres gammes de skis traditionnels. C'est ce qui peut expliquer ce revirement de situation, tout comme les difficultés générales que rencontrent ces grandes entreprises depuis le début des années 2000. La donne est un peu différente pour de nouveaux acteurs arrivés sur le marché à la toute fin des années 1990, les marques spécialisées dans le freeski.

Section 2 : La création de nouvelles marques spécialisées dans le freeski

En 1997, la marque américaine Line, comme nous l'avons vu, ouvre la voix à la création de marques de skis, spécialisées dans le freeski. Le Ostness Dragon créé en 1998 par la marque, sera le premier ski symétrique en spatule et en talon qui facilite grandement le ski et les réceptions à l'envers. Le skieur Kris Ostness, qui a prêté son nom à ce ski, est d'ailleurs un des athlètes qui va participer à la conception des ski pour cette marque qui choisit rapidement de s'appuyer sur l'expérience et les désirs des premiers freestylers pour concevoir des skis qui répondent à leurs attentes. La marque sera présente aux premières épreuves de freeski accueillies aux X-Games en 1999 et gagnera des médailles. Malgré tout, elle reste une petite marque qui s'exporte peu et c'est un peu plus tard que d'autres suivent le chemin qu'elle a tracé. Des petites entreprises artisanales de ce type commencent à fleurir dans certains pays, comme le français Bohème, l'allemand Indigo ou les Américains Force et Odyssée. Ces skis rares, fabriqués à la main, sont souvent typés freeride haut de gamme. C'est en 2002, toujours aux USA, que les freestylers Tanner Hall, J.-P. Auclair, J.-F. Cusson, Julien Regnier, Boyd Easley et Anthony Bornowski s'associent à un financier pour créer la marque Armada. Ce sont les premières vedettes de ce sport à développer une marque qui sera très typée freestyle, avec des designs délirants et originaux dessinés par des graphistes comme Madsteez

(AR5 en 2005)⁹⁸. Après avoir aidé pour la plupart à la conception du Teneighty de Salomon, ils lancent une gamme de ski qui comporte en 2004 les freestyles AR (3 skis) et deux pro-models, le JP Auclair vs Julien Regnier (backcountry) et le Tanner Hall (freestyle). En 2002, la marque 4FRNT est lancée par le skieur professionnel Matt Sterbenz, à Lake Tahoe aux Etats Unis, avec un modèle freestyle backcountry, le MSP, décliné en trois tailles jusqu'en 2004. Il travaille ensuite sur ses skis, qui couvrent toutes les pratiques du freeski, avec des athlètes qu'il va doter plus tard de Pro-Models comme Vincent Dorion (Le VCT), Stelle Spence (Le STL), Niklas Karlström et Eric Hjørleifson (Le EHP)⁹⁹. En 2002, la marque suisse Movement lance ses premiers skis, tous orientés vers le freeski et la randonnée. On compte parmi eux le Joystick (freestyle BC haut de gamme) qui va populariser la marque. La même année les Suisses de Faction lancent leurs premiers skis de freeride et freestyle BC. Stéphane Radiguet lance aussi la marque Zag (France) qui propose des skis de freeride et de randonnée haut de gamme, aux spatules très larges et progressives, puis élargit sa gamme aux skis de freestyle et aux skis féminins. En 2003 la marque de skateboard Ninthward créée un an plus tôt par Campbell Mkeogh lance une gamme de freeski et intègre des freestylers comme Mickael Deschenaux et Tosh Peters qu'elle dote de pro-modèles et de parts de la société¹⁰⁰. Comme les autres, la marque intègre les skieurs dans le processus de conception des skis. Elle affiche une image très jeune, avec un côté mauvais garçon, inspiré par la culture urbaine du skateboard et du Hip-Hop.

En 2005 plusieurs marques spécialisées sont encore créées. La marque suisse Black Crows, créée par les anciens skieurs Brunot Compagnet et Camille Jaccoux se lance sur le segment des skis de freeride et de freestyle haut de gamme avec le Navis (BC), le Corvus (freeride) et le Viator (freestyle). Les allemands Peter Bauer et Anian Thrainer créent la même année la marque Amplid qui fabrique des skis larges pour le freeride et le freestyle BC, tandis que le français Axunn se lance lui aussi dans le segment. Créée par Gunter Doll et le freestyler Flo Cuvillier, la marque basée à Chamrousse propose un ski de freestyle twin-tip au dessin personnalisable¹⁰¹. Ces marques conservent les mêmes caractéristiques que les précédentes c'est-à-dire des esthétiques jeunes et une proximité avec les skieurs pour la conception des skis. En 2007

⁹⁸ Un article du New York Times sur l'identité graphique d'Armada en 2005 :

http://www.nytimes.com/2005/11/10/garden/10ski.html?_r=1&scp=1&sq=armada%20skis&st=cse

⁹⁹ Informations trouvées grâce à Wayback Machines :

<http://web.archive.org/web/20061210151648/http://4frnt.com/main.html>

¹⁰⁰ Description de l'entreprise par l'agence Freepresse : <http://www.freepresse.com/Toutes-les-marques-de-ski-du-monde.html>

¹⁰¹ Interview de Flo Cuvillier dans Weski, n°3, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, jan/fev/mars 2006, p20

on découvre outre-Atlantique une nouvelle marque de freestyle, Surface avec deux skis, le Watch Live (All mountain - Freestyle) et le Life Live (Fat¹⁰² Freeride BC).

En 2007, les gammes comptent 14 skis chez Line (qui a été racheté par K2), 13 chez Movement, 8 chez Zag et 7 chez Armada. Ce sont ces marques qui semblent être celles qui s'exportent et qui prospèrent le mieux dans cette deuxième moitié de la décennie. Elles ont bel et bien trouvé leur place dans l'univers du ski et poussent encore de nouvelles marques à se créer. L'année 2008 verra l'établissement de la marque Coreupt en France par Guerlain Chicherit. Ancien vainqueur du Freeride World Tour, il débâche Candide Thovex, Richard Permin, TJ Shiller et Colby West pour créer une gamme de pro-modèles plutôt bons marchés, au nom de ces grandes stars qu'il dote de parts de la société. D'autres marques, plus confidentielles que Coreupt, sont créées la même année comme White Cristal en France et White Dot en Nouvelle Zélande (trois skis : le One, freestyle polyvalent, et deux skis très larges le Preacher et le Redmeer). Ils proposent tous deux de courtes gammes axées principalement sur le freeride mais aussi sur le freestyle et le snowboard.

Jusqu'en 2012, la largeur des gammes des fabricants spécialisés n'accuse pas de tendance baissière comme celles des grands fabricants généralistes. Ce nombre stagne ou augmente légèrement et l'offre se diversifie. La gamme de Line compte désormais 19 skis en 2012 et Movement a créé de larges gammes de All-mountain et de ski de randonnées (20 skis en plus entre 2007 et 2012). Black Crows, dans le même temps, offre de nouveau ski et de nouvelles tailles avec l'apparition du Sevun (Freeride), du Nocta (Freeride BC), de l'Orb (Randonné) et de l'Arto (Géant). Coreupt passe même de 6 skis en 2008 à 20 skis en 2012. De plus, certaines de ces marques se sont diversifiées en lançant des lignes de vêtements et autres accessoires aux couleurs de la marque. C'est une façon de renforcer l'image de marque, de lui donner de la personnalité. Cela renforce l'« esprit lifestyle » selon leurs propres termes, c'est-à-dire que la marque n'est plus qu'un simple fabricant mais qu'elle représente une véritable façon de vivre. Armada a ainsi très vite imprimé des T-Shirt et des Hoodies (sweat à capuche très en vogue dans ce milieu) et créé en 2009 une ligne de vêtements techniques. Movement lance aussi une gamme de casques.

« Il faut avoir un oeil sur ces petites marques parce qu'elles constituent le noyau hardcore de cette culture » explique Yvan Thevenin, le directeur marketing des gammes

¹⁰² Littéralement « gros » : terme très couramment utilisé pour parler des skis très larges pour la poudreuse.

freeski chez Salomon, en 2005 dans le magazine Weski¹⁰³. Selon le même article, qui cite un responsable marketing anonyme d'un grand groupe, «*ces petits labels ne sont pas «gênants» mais leurs ventes rassemblées pourraient le devenir*». Il semble donc que ces marques soient bien intégrées dans le paysage du ski en 2005 et qu'elles ne paraissent pas être remises en cause. Malgré tout, les plus petites marques comme Faction, White Cristal, White Dot, Surface, Axunn, Amplid ou Ninthward sont en difficultés. Elles restent plus modestes et produisent de très petites séries de ski peu exportées. Il faut aussi noter que la croissance d'une gamme ne signifie pas que l'entreprise est en bonne santé. Dans le même article, le journaliste explique que la marque Line a «*fait l'erreur (...) de vouloir faire de la consommation de masse et s'est vue boudée par les puristes dans un premier temps, puis actuellement par le reste du marché* ». Line a d'ailleurs été rachetée par K2 en 2006. Le dépôt de bilan de Coreupt à la fin de l'exercice 2011-2012¹⁰⁴ est aussi là pour rappeler la fragilité du marché. C'est différent pour Armada, qui a peu élargi sa gamme et qui passe pourtant à deux productions par ans. Toujours selon le même article, elle reste solide même si son volume de vente ne dépasse pas les 10 000 paires, un chiffre dérisoire pour le marché du ski. Black Crows, qui fait des bénéfices, a également montré qu'il était possible de créer une marque de freeski rentable.

Les fabricants de skis, d'abord généralistes puis spécialisés ont donc largement contribué à la création d'une discipline grâce à l'invention d'un nouveau matériel qui facilite la pratique du freeski. Ils ont aussi créé un nouveau marché dont l'offre a largement crue depuis 1997. Cette offre profite de multiples innovations techniques qui vont repousser les limites du freeski et constituer de réelles avancées pour toutes les gammes de ski.

¹⁰³ EULALIE CC.C, *Once upon a time : le ski freestyle...* ? In WESKI, n°2, le Bourget-du-Lac, Freepresse, dec/jan/fev 2005/2006, p56.

¹⁰⁴ <http://www.skipass.com/news/75876-coreupt-depose-le-bilan.html>

Section 3 : l'innovation technique comme moteur du développement des skis destinés au freestyle et au freeride

La création du matériel destiné à la pratique du freeski est alimenté par de multiples innovations techniques qui donnent un grand dynamisme technologique au mouvement depuis ses débuts. Si des skis destinés au freeski apparaissent à la fin des années 1990 c'est qu'ils comportent des caractéristiques innovantes qui favorisent la pratique du freeski. Mais nous verrons aussi que ces innovations auront une portée au delà des gammes de freeski.

Les skis de freestyle tout d'abord sont une véritable innovation pour le monde du ski. En s'inspirant des snowboard, en en surfant sur la vague de nouveauté qu'ont apportés les ski paraboliques, les fabricants inventent le ski bi-spatulé qui va repousser les limites de la pratique¹⁰⁵. Ils permettent de skier, d'impulser et de réceptionner à l'envers, ce qui ajoute des possibilités et permet une plus grande variété de tricks. Le fait de pouvoir skier à l'envers est très apprécié par les pratiquants du freestyle et c'est d'ailleurs ce que retient un reportage de 2007 de la chaîne Arte qui se nomme « *switch skiers* »¹⁰⁶ et qui met en lumière le freeski. Pour favoriser le ski à l'envers les fabricants inventent également les « *twin tip* »¹⁰⁷, encore une fois inspirés du snowboard qui avait déjà expérimenté ce type de matériel. Ils ont les mêmes lignes de côte en patin et en spatule (par exemple 100mm/80mm/100mm) et bénéficient d'une construction symétrique, rendant le ski aussi à l'aise en marche avant qu'en marche arrière. L'expression « *twin tip* » est parfois utilisée pour parler des skis bi-spatulés en général, or certains ski bi-spatulé, c'est-à-dire aux deux extrémités relevées ne sont pas forcément construits de façon symétrique. Ces skis restent rares mais une autre innovation va permettre d'améliorer le comportement des skis en marche arrière. En effet, progressivement, les fixations se centrent sur le ski. Traditionnellement, le talon d'un ski alpin est plus court que sa spatule ce que les skis de freestyle abandonnent progressivement. On remarque grâce aux vidéos que c'est à partir du milieu des années 2000 que les fixations vont adopter définitivement une position centrée sur les skis de freestyle lui permettant d'être aussi stable dans les deux sens de la marche.

¹⁰⁵ Un article sur l'histoire des skis bi-spatulés dans Weski : JAG, *Twin Tip. Le ski*, in Weski n°5, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, Oct/nov/dec 2006, p.74

¹⁰⁶ http://www.dailymotion.com/video/x4my5g_exclu-www-tracks-fluo-net-switch-s_news

¹⁰⁷ Littéralement «extrémités jumelles».

Les premiers skis de freestyle sont aussi résolument plus mous que les skis alpins traditionnels. Cela permet au ski d'être plus tolérant lors des réceptions mais aussi d'avoir du « pop », c'est-à-dire une propension à améliorer l'impulsion en jouant un rôle de ressort. K2 est réputé des ses premiers par dans le freestyle pour la production des skis très souples tout comme les Teneighty de Salomon ou les premières paires de Line. On remarque d'ailleurs dans les forums que la souplesse de ces premiers déroutent beaucoup les skieurs de l'époque¹⁰⁸, ceux qui sont attirés par le design et la nouveauté que représentent ces skis mais n'ont pas une pratique très adaptée à son programme. Les skis de freestyle ont aussi tendance à se raccourcir et à s'alléger pour être moins encombrant en l'aire. Les skis paraboliques sont à l'origine de ce raccourcissement qu'empruntent les skis de freestyle en adoptant des tailles qui se situent entre 160 cm et 190 cm.

Puis les gammes de freestyle commencent à s'étendre et on trouve plusieurs types de ski freestyle. On distingue en alors le ski de jib qui est court et souple pour sa maniabilité et les ski de snowparks et de half-pipe un peu plus rigide donc plus stable à grande vitesse. On remarque aussi qu'il y a des gammes pour les débutants, pour femme et pour skieurs plus expérimentés. Certains skis sont aussi vendus comme des polyvalent freestyle/freeride/piste tout en conservant les doubles spatules et un dessin typé freestyle¹⁰⁹. On remarque aussi que les ski évoluent beaucoup au fil des années et que rares sont ceux qui sont reconduits à l'identique, années après années.

On trouve aussi quelques innovation qui rencontrent peu de succès on n'ont pas été reconduites. Les carres ondulantes de la petite Lib Tech, qui adapte ce qu'elle faisait déjà avec ses snowboard sur des ski de freestyle, restent une spécialité de la marque. Atomic n'a pas non plus reconduit les deux lignes de carres que l'on trouvait au patin de ses ski de freestyle nommés « triplets ». Ils étaient vendus par trois et les doubles carres permettaient une meilleure solidité du ski, notamment pour la jib. C'est peut être ce qui a poussé la marque à abandonner cette stratégie, le ski étant devenu trop solide.

Si les skis ne font pas le skieurs, on peut tout de même affirmer que les innovations apportées aux ski ont joué un grand rôle dans la création et la codification technique du freestyle en repoussant ses possibilités. On remarque aussi que toutes ces caractéristiques apportent un comportement sur piste plus joueur, plus facile à manoeuvrer et moins exigeants physiquement que les skis alpins et les skis de carving. Ils sont donc appréciés au-delà des seuls pratiquants du freeski pour leur polyvalence, renforcée par le fait qu'ils sont un peu plus larges que les skis alpins, souvent au-delà des 80 mm au patin,

¹⁰⁸ <http://www.skipass.com/forums/sports/ski/sujet-27371.html>

¹⁰⁹ Annexe 1 : les gammes de salomon en 2006/2007.

les rendant plus à l'aise dans la poudreuse. On remarque d'ailleurs que les gammes de ski alpins, et notamment celles destinées aux débutants, deviennent moins rigides à partir de la fin des années 1990, s'inspirant certainement de la flexibilité des ski de freestyle. Ces innovations profitent donc au freestyle mais aussi aux gammes de ski alpins.

On trouve aussi plusieurs innovations majeures qui vont profiter aux skis de freeride. La première d'entre elle est l'élargissement progressif des gammes destinées au ski en poudreuse. Ceci permet aux planches d'avoir une meilleure portance dans la neige profonde et donc de permettre au ski de rester en surface. Les skis sont donc plus faciles à tourner, moins difficiles à maintenir hors de la neige et ils permettent au skieur de gagner plus de vitesse. Les skis de freeride commencent à s'élargir à partir du début des années 2000. Le Pocket Rocket de Salomon apparu en 2002 compte 90 millimètre au patin ce qui est très large pour l'époque. Comme nous l'avons vu, c'est le premier véritable succès d'un ski « *fat* »¹¹⁰, ouvrant la voie à la commercialisation de skis de plus en plus larges. Les Big Stix 106 de Fisher ou les Big Daddy qui sont commercialisés peu de temps après dépassent la barre fatidique des 100 mm au patin. Ce sont des skis très exclusifs dont les mensurations impressionnantes ne sont pas sans susciter des interrogations quant à la polyvalence et l'intérêt réel de ces skis qui demandent des conditions climatiques exceptionnelles. C'est alors qu'apparaissent les skis all mountain, qui sont plus larges que les skis de piste mais moins que les skis de freeride ou de freestyle backcountry (dans les 80 mm au patin en général), avec un programme piste/hors-piste. D'une manière générale la totalité des gammes de skis, excepté les skis de compétition, deviennent plus larges, avec des spatules et des patins plus imposants et donc plus à l'aise lors d'excursion hors des pistes. L'élargissement apporté par les skis de freeride a donc profité à l'ensemble des skis.

Durant les années 2000, les skis ne vont cesser de s'élargir. Les fabricants prennent de l'expérience et les skis larges deviennent plus polyvalents. Dans la deuxième moitié de la décennie, les skis qui présentent plus de 100 mm au patin sont très nombreux¹¹¹ et leur largeur n'empêche pas un bon comportement sur piste ou dans les snowparks. Alors même que ces skis étaient considérés comme des monstres de largeurs très exclusifs quelques années auparavant, les amateurs de hors piste commencent à s'approprier ce nouveau matériel et les critiques se font moins vives.

¹¹⁰ De l'anglais « gros », très utilisé par l'industrie et les pratiquants.

¹¹¹ Une trentaine de ski recensés par Skipass.com en 2007, alors que le site ne propose pas un catalogue totalement complet : <http://www.skipass.com/guide-matos/index.php>.

On assiste même à l'apparition de skis encore plus larges qui peuplent petit à petit toutes les gammes de freeskis. Ils sont véritablement taillés pour la poudreuse profonde et font partie du haut de gamme en terme de prix. Les skis de plus de 110 mm deviennent courants et aujourd'hui, la grande majorité des fabricant propose au moins un ski de plus de 120 mm au patin (Atomic Benchetler, K2 HellBent, Volkl Kuro, Line EP Pro...) souvent le représentant le plus large de la famille. Les petites marques spécialisées dans le freeride proposent même des ski d'une largeur encore plus impressionnante. On peu citer le Duret Monster Fat de 2007 à 2010 qui mesurera entre 170 et 177 mm au patin selon les années ou les White Cristal BIB qui affichent 181 mm de largeur au pied en 2010. Toutes ces gammes de ski très larges ont des productions et des volumes de vente très limités car peu de skieur ont besoin de ce type de ski. Il n'empêche que chaque fabricant de ski possède désormais sa gamme de planches de freeski très larges.

Mais d'autres innovations sont apportées aux skis larges dans la deuxième moitié des années 2000. On voit par exemple apparaitre des skis de freeride très larges mais aux lignes de cotes inversées, c'est-à-dire plus large au patin qu'en spatule et en talon. Le Spatula de Volant est le premier ski qui adopte ces caractéristiques et jusqu'en 2007, les ski en cambre inversés dont nous parlerons plus tard proposent tous des lignes de cotes inversées. En 2008, Armada lance ainsi l'ARG¹¹² avec un talon de 120 mm, un patin de 135 mm et une spatule de 125 mm. Cela permet au talon et à la spatule d'être mon encombrant et donc au ski de déjàuger et de tourner plus facilement. Ce « *shape* »¹¹³ est depuis reconduit sur l'ARG et quelques petites marques de freeski s'en sont inspirées, comme Moment et son Donner Party¹¹⁴ en 2009. Malgré tout, sortis de la poudreuse, très profonde, ces skis sont beaucoup plus difficiles à skier et beaucoup moins agréables à manier et cette innovation reste peu diffuser. En revanche, cela a contribué à la création de la technique des *doubles lignes de cotes inversées*. C'est-à-dire qu'en partant du patin, le ski s'élargit et se raccourcit avant le relevé de la spatule¹¹⁵. Cela permet de garder l'intérêt des lignes de cotes inversées en conférant plus d'accroche sous le pied dans la neige plus dure. Cela permet aussi d'avoir un rayon de courbe très court, idéal pour le freestyle backcountry.

L'autre innovation majeure est la création de ski à cambre inversée. Le skieur professionnel Shane McConkey s'associe en 2002 avec la marque américaine Volant pour créer le *Spatula* qui, une fois posés sur le sol, présente une cambre convexe,

¹¹² <http://www.skipass.com/guide-matos/ski/2008/armada/arg.html>

¹¹³ « Découpage », mot très utilisé par l'industrie, les médias et les amateurs.

¹¹⁴ <http://www.skipass.com/guide-matos/ski/2009/moment/donner-party.html>

¹¹⁵ On le voit très bien sur ces S7 de Rossignol en 2009 : <http://www.skipass.com/guide-matos/ski/2009/rossignol/s7.html>

contrairement à celle des skis alpins qui est concave¹¹⁶. Cette innovation majeure permet au ski de déjàuger hors de la poudreuse sans effort, de tourner très facilement et de skier et réceptionner à l'envers dans la neige profonde. C'est de la forme des planches de surf et des skis nautiques que s'inspire Shane McConkey. Appelés dans les premiers temps « *bananes* » en référence à leur cambre¹¹⁷, ces skis surprennent aussi par leurs lignes de cotes inversées et extrêmement larges (au delà de 120 mm au patin) et sont destinées à une minorité de skieurs de bon niveau adepte de freestyle-backcountry. Les cambres inversées sont des skis très à l'aise dans la poudreuse mais qui se retrouvent vite en difficulté lorsque la neige se durcit. Ils sont en effet, très souples, le talon et la spatule ne touchent pas la neige et le ski vibre sur la neige damée ou croutée. Malgré cela, Line se met lui aussi au cambre inversée, peu après, avec le DPS et le Prophète. En quittant Volant pour K2, Shane McConkey crée un nouveau ski à cambre inversé, le Pontoon, en 2004, qui est d'avantage taillé pour le freeride. Il possède une cambre inversée en spatule et en talon mais il est plat au niveau du patin,¹¹⁸ ce qui permet au ski d'avoir une meilleure accroche dans les conditions plus difficiles. Il possède des lignes de cotes très imposantes qui vont croissantes du talon à la spatule. A partir de 2007, on cherche à corriger le manque de polyvalence de ces skis à cambre inversé, notamment en abandonnant les lignes de cotes inversée (K2 Hellbent, K2 Aka Enemy, 2007) et en adaptant la cambre. En 2007, Salomon lance le Rocker¹¹⁹, un ski destiné au freeride avec un relevé progressif à l'avant qui lui permet de mieux déjàuger. Il garde une cambre normale en patin et en talon pour assurer une plus grande rigidité. Le terme « rocker » va alors devenir un générique pour parler de cette cambre inversée qui ne concerne pas tout le ski. Si aujourd'hui certains skis sont encore des « bananes » (le Kuro de Volkl par exemple), on trouve à partir de 2007, des skis qui possèdent soit un rocker à l'avant, soit deux rocker en spatule. Ils sont agrémentés d'une cambre plate ou d'une cambre normale (concave) au patin¹²⁰. Cela permet de répondre aux différentes pratiques dans la poudreuse : freeride (rocker avant et cambre plat ou normal) et backcountry (cambre inversée, double rocker et cambre plate ou normale).

Petit à petit le rocker fait ses preuves et les fabricants parviennent à corriger les problèmes de polyvalence et propose plusieurs skis à rockers. Il est aujourd'hui présent dans toutes les gammes freeride et freestyle backcountry existantes, y compris sur les skis beaucoup moins larges et les gammes all mountain, mais il a aussi colonisé les skis

¹¹⁶ Les cambres sont expliquées grâce à des schéma en Annexe 2.

¹¹⁷ JRL, *The white underground*, in Weski n°07, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, fev/mar 2007, p.76.

¹¹⁸ <http://www.backcountry.com/k2-pontoon-alpine-ski-k2s0669>.

¹¹⁹ JAG, *Cambre Inversées*, in Weski n°9, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, sept/oct 2007, p.92.

¹²⁰ Cf. Annex 2.

de freestyle. En effet, le rocker permet d'apporter au ski de freestyle un pouvoir de pivot supérieur et donc une grande maniabilité. Il est beaucoup moins prononcé que sur les skis de freeride mais il permet aux spatules et aux talons d'être moins encombrant et ils accordent aussi de meilleures performances en poudreuse. Ainsi Armada sort l'Alpha en 2010 avec un double rocker et une cambre normale. K2 suis le mouvement avec le Domain et le Revival et Rossignol sort le S4. Les rocker n'ont pas encore envahit tous les skis de freestyle mais ils ont tout de même su trouver leur place.

On remarque aussi que les Rocker viennent coloniser les gammes de ski entièrement destinées à la piste avec des relevés minimes qui permettent tout de même des déclenchement de virages plus aisés et une grande tolérance. Certains son même dotés de doubles rocker pour faciliter encore plus le pivot. Les marques donnent même des noms aux différent types de rocker qu'elle accueil dans ses gammes de pistes. On peu citer le système *Auto Turn* de Rossignol ou les *Catch Free Rocker* et le *Speed Rocker* de K2¹²¹. Ces rockers bénéficient principalement aux skieurs de niveau moyen voir débutant qui privilégient la tolérance et la facilité à la performance et l'accroche. On en trouve même aujourd'hui sur les skis pour enfants On peu don affirmer qu'en passant de skis de backcountry très exclusif aux gammes de ski de piste pour skieur moyen, le rocker montre qu'il est une innovation majeure pour le freeski mais aussi pour l'ensemble de l'industrie du ski.

Le très fort élargissement des skis et les autres innovations citées plus haut a permis une forte élévation du niveau des skieurs en freeride et en backcountry et ce même chez les amateurs, ce que l'on comprend bien en observant les vidéos. Ils on permit aussi, comme nous le verrons plus tard, de faire évoluer la technique du ski en poudreuse. Mais tout comme les skis de freestyle, ils ont apporté des innovations qui profitent aujourd'hui à la tout type de ski.

C'est aussi ces innovations qui on permit de poser les bases et de faire évoluer les techniques de freeski.

¹²¹ <http://www.freepresse.com/MATOS-2011-Le-Rocker-a-toutes-les.html>

Chapitre 2 : Le freeride et le freestyle en ski, un nouveau sport

Section 1 : La création du ski freestyle

A la fin des années 1990, le freestyle est principalement inspiré par le ski acrobatique qui regroupe le ski de bosse, le saut et le ski ballet. En ski de bosse¹²², le skieur doit descendre le plus vite possible une piste profondément bosselée. Dans le même temps, il doit effectuer des figures acrobatiques grâce à deux tremplins créés au premier et au second tiers du champ de bosses. La discipline se juge à la fois sur le temps de parcours, la perfection technique du ski et la qualité des figures. Elle est Olympique depuis les Jeux olympiques de 1992 durant lesquels se dispute aussi le ski de bosse en duel, sur deux parcours, similaires et parallèles. Le saut¹²³, quant à lui, se pratique sur un unique tremplin en neige de plusieurs mètres de haut grâce auquel les skieurs, sans bâtons, doivent réaliser des figures acrobatiques qui comprennent des sauts périlleux et des vrilles. Les skieurs sont notés sur l'amplitude, la qualité artistique et technique de la figure et la réception. La discipline se rapproche plus sûrement de la gymnastique que du ski et elle est Olympique depuis 1992. Le ski ballet est une discipline plus confidentielle qui a aujourd'hui totalement disparu. La discipline a été montrée aux Jeux Olympiques de 1988 au même titre que ses deux congénères cités précédemment puis elle concoure de manière officielle, seulement en 1992. Les skieurs de ballet effectuaient des figures acrobatiques très inspirées du patinage artistique, ski aux pieds, sur une piste presque plate¹²⁴.

¹²² En anglais, «Mogul».

¹²³ En anglais, «Aerial Skiing».

¹²⁴ On trouve encore sur Youtube, la vidéo de la médaille d'or du Français Fabrice Becker en 1992 : <http://www.youtube.com/watch?v=i53PFdLqTWU>

La fédération française de ski classe aujourd'hui ces sports dans la catégorie « ski freestyle »¹²⁵, au même titre que le skicross (dérivé du boarder cross, olympique depuis 2010) et que le big air et le half-pipe (les disciplines du freestyle newschool) qui sont des sports plus récents. Elle a abandonnée la dénomination « ski acrobatique », alors que dans le vocabulaire courant la distinction entre les trois anciennes disciplines et les trois nouvelles reste marquée. Ainsi, l'internaute anonyme qui a rédigé la page de Wikipédia «ski acrobatique» précise que « *le ski acrobatique, freestyle skiing en anglais, ne doit pas être confondu avec le ski freestyle plus récent* »¹²⁶. La fédération internationale de ski quant à elle, intègre dans ce qu'elle appelle depuis toujours le freestyle skiing, les bosses, le saut, le skicross et le half-pipe¹²⁷. On peut discuter de la pertinence de placer ces sports sous la même dénomination, mais là n'est pas notre but. C'est tout de même un indice pour prouver que ce qu'on appelle aujourd'hui communément *ski freestyle* en France et *freeskiing* ou *freestyle newschool* en Amérique est un descendant de ce qu'on appelait le ski acrobatique.

L'immense majorité des grands champions du freestyle ont pratiqué le ski de bosse et le saut à haut niveau avant de se mettre au freestyle. Ainsi Candide Thovex explique dans *Weski* « *De huit à seize ans, j'ai fait des bosses. J'ai également fait un peu de saut acrobatique (...).* »¹²⁸. Il sera d'ailleurs champion de France de ski de bosse dans sa catégorie, en 1996. Dans le même numéro, on apprend que les canadiens Phil Dion, Phil Larose et Phil Belanger, figures des débuts du freestyle, se sont rencontrés en faisant du ski de bosse et des sauts¹²⁹. Mike Douglas, J.-F. Cusson, J.-P. Auclair, Vincent Dorion et Shane Szocks faisaient parti de l'équipe de ski de bosse du Canada avant de créer le premier ski de freestyle avec Salomon et de remporter les premières compétitions. Mike Douglas qui explique d'ailleurs en 2007 : « *le skieur le plus impressionnant que j'ai vu est sûrement Edgar Grospron* »¹³⁰. Julien Regnier a également été le leader de l'équipe de France de bosses comme l'affirme sa fiche sur le site de Black Crows¹³¹. Un autre numéro de *Weski* nous apprend grâce à une interview, que Fabien Cattaneo, entraîneur des équipes de France de ski freestyle entre 2002 et 2005 était lui aussi compétiteur puis entraîneur en ski de bosse¹³². Ainsi les skieurs Candide Thovex, Seb Michaud, Guerlain

¹²⁵ La page de leur site dédié au ski freestyle : <http://www.ffs.fr/site/disciplines/index.php?disc=freestyle>

¹²⁶ http://fr.wikipedia.org/wiki/Ski_acrobatique

¹²⁷ <http://www.fisfreestyle.com/uk/fis-info/fis-info.html>

¹²⁸ JACCOUX Antoine, *Candide*, in *Weski*, n°3, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, jan/fev/mars 2006, p.31

¹²⁹ Idem, p.26

¹³⁰ Interview dans *Weski* : « Cartes Vermeille », in *Weski* n°7, le Bourget-du-Lac, Freepresse fev/mars 2007, p.134.

¹³¹ http://www.blackcrows-skis.com/index.php?option=com_content&view=article&id=120&Itemid=2&lang=fr

¹³² *Weski*, n°2, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, dec/jan/fev 2005-2006, p.30.

Chicherit, Shane McConkey¹³³, Glenn Plake, Mark Abma¹³⁴, Enak Gavaggio, Laurent Niol, Julien Regnier...) qui font tous partie de la première génération de freeskiers nés entre 1969 (Shane McConkey) et 1982 (Candide Thovex) sont tous passés par le ski de bosse avant de se reconvertir dans le ski freestyle. Ils empruntent à ce sport leurs premières figures et les techniques pour se sentir à l'aise en l'air. Les bosses resteront d'ailleurs présentes, à quelques reprises, dans les vidéos de freestyle des premières années.

Mais à cette époque, seule les rotations à plat, sans passer la tête en bas, sont autorisées et ces jeunes skieurs désirent s'affranchir des lourdes règles qui pèsent sur le ski acrobatique et créer un sport plus libre. Ils s'inspirent alors principalement du snowboard freestyle qui est en plein essor à la fin des années 1990, alors que le freeski n'en est qu'à ses balbutiements. C'est ce qu'explique l'expérimenté photographe Chris O'Connell sur le site Skipass.com : *" Le ski a beaucoup emprunté au snowboard : la pub, les vidéos, les rails, le half-pipe, les tricks, les pro models, tout ! Maintenant le ski prend son indépendance, les skieurs envoient vraiment forts dans les pipes et les parks, et il s'appuie sur son histoire, bien antérieure au snowboard ou au skateboard. (...) C'est clair que le principal catalyseur du changement dans le ski a été le snowboard. "*¹³⁵. Le but avoué est donc de faire les mêmes figures que les snowboarders. Ainsi Candide Thovex explique dans l'interview citée précédemment : *« Je commençais à faire des coupes de France de bosse et ça marchait pas mal, mais le snowboard est arrivé avec toute l'histoire du style et des grabs et ça a changé mon approche, ça m'a influencé. Alors en marge des cours de bosses on commencer à inventer le freestyle »*. Nombre de freestylers des débuts expliquent ainsi cette influence qu'a eu le snowboard, comme Mike Douglas dans la vidéo de Salomon sur l'histoire du Teneighty. Il explique lui aussi qu'en dehors des heures d'entraînement, ils s'essayaient à faire du freestyle comme les snowboarders. Le snowboard apporte une innovation majeure qui va démarquer la discipline du ski acrobatique : les grabs. Faire un grab ou « graper », c'est attraper une partie de son snowboard ou de son ski lors d'une figure. Les plus classiques sont le *tail-grab*¹³⁶ sur le talon du ski, le *safety-grab* au niveau du patin et le *mute-grab* au niveau de la spatule avant. Il existe une multitude de grabs en snowboard mais la différence de matériel pousse les skieurs à adapter et à inventer les leurs. Ainsi on parlera d'un *true-nose* quand le skieur attrape le bout de sa spatule avant ou d'un *true-tail* quand c'est l'extrémité du talon. Ces deux exemples font partie d'une grande quantité de grabs inventés au fil des

¹³³ Un article sur son décès sur le site de CNN :

http://sportsillustrated.cnn.com/2009/writers/austin_murphy/04/02/shane-mcconkey/index.html

¹³⁴ http://www.sbcskier.com/features_article?news_id=574&uniqid=1286

¹³⁵ <http://www.skipass.com/news/21640-10-ans-de-freestyle-par-chris-.html>

¹³⁶ « Tail » signifie « queue ».

années et qui deviennent de plus en plus techniques et complexes (truck driver, japan, double-nose, octograb...). Les grabs ajoutent une nouvelle notion de style au ski freestyle. Le snowboard apporte aussi la notion de switch ou de fakie, c'est-à-dire le fait de skier, de prendre impulsion ou de réceptionner à l'envers, en tournant le dos à la piste (faire du fakie en snowboard consiste à placer devant la jambe habituellement placée derrière). Le but n'est alors plus centré sur l'amplitude et la technicité de la figure comme en saut, mais plutôt sur le côté esthétique et spectaculaire. Il faut désormais personnaliser sa façon de « rider »¹³⁷. Il est à noter que les premiers temps, certains skieurs (Eric Pollard, Romain Raison) se tournent vers le snowblade (skiboarding en anglais), des mini-skis larges qui servent à la pratique du freestyle, à la manière des snowboarders. Le snowblade intègre les X Games la même année que le freeski, en 1998 mais ne sera présents que deux années de suite. Il partage la plupart de ses tricks avec le ski freestyle et le snowboard. Ce matériel, apparu au milieu des années 1990 limite grandement les possibilités car il est peu stables et ne permettant pas de prendre de la vitesse. Les skis de freestyle qui donnent la possibilité de sauter plus haut et plus loin vont rapidement prendre le dessus sur les snowblades qui représentent aujourd'hui une pratique très marginale¹³⁸. Ils ont tout de même joué un rôle dans le développement du freestyle, tout comme les skis paraboliques. Mike Douglas explique ainsi que leur première vidéo destinée aux marques pour vanter les mérites de la création d'un ski freestyle s'appelait volontairement « Air Carving » en référence aux skis paraboliques et à la technique du ski en virage coupés qui deviennent un véritable phénomène à la fin des années 1990, concentrant tous les efforts des industriels du ski¹³⁹.

Les freestylers s'inspirent donc d'autres disciplines et commencent à rayer de leur registre les tricks habituellement utilisés en ski de bosse et en saut, comme les rotations tendues, les *daffys*, les *tweast* et les *écarts* qui représente l'ancienne pratique pour préférer les rotations périeuses groupées et *grabées*. On parle alors de *cork*, de *lincoln*, de *flat spin*, de *bio*, de *mystie flip* ou encore de *kangourou flip*. Certains sont empruntés aux Snowboard, d'autres sont inventées de toutes pièces. Au début il s'agit surtout de rotations à plat (180 : un demi tour, 360 : un tour, 720 degrés : deux tours, rarement au delà) et de *back-flip* (Saut périlleux arrière) auxquels on tente d'ajouter un grab¹⁴⁰. Puis les rotations commencent à être désaxées, on tourne de plus en plus et de nouveaux tricks

¹³⁷ Mot que les freeskiers ont empruntés aux snowboarder et aux autres sports de glisse.

¹³⁸ C'est ce qu'explique Mike Douglas dans la vidéo sur l'histoire du Teneighty.

¹³⁹ Un extrait d'une vidéo de 1997 nommée Air Carving dans la vidéo sur l'histoire du teneighty : <http://www.youtube.com/watch?v=AKkyygSGa0U>, à la troisième minute.

¹⁴⁰ Une vidéo de JP Auclair extraite de Dégénérates, le premier film de Poorboyz production en 1998 : <http://www.youtube.com/watch?v=Ani8XOI8590>

sont inventés. De figures avec une simple rotation on passe aux doubles, toujours en désaxant. Les rotations à plat sont plus nombreuses et on commence à tourner jusqu'à 1260 degrés. Aujourd'hui certains skieurs freestyle sont capables de poser des triples rotations grabées, désaxées et de plus de 1440 degrés¹⁴¹ ou même de passer la tête en bas à la sortie d'un *rail*. En 2001, Tanner Hall remporte le big-air des X Games avec un *switch rodéo 720 tail-grab* (Une impulsion à l'envers et une rotation de deux tours, désaxés et agrémentés d'un tail-grab) alors qu'en 2010 T.-J. Shiller ne prend que la deuxième place de la même épreuve avec un *double cork 1620* (Une double rotation de 1620 degrés). L'invention des tricks et des grabs est à mettre à l'honneur des freestylers professionnels qui affublent leurs figures de noms parfois loufoques comme le *Kangourou Flip* de Jon Olson ou le *Screamin' Seamen* de Laurent Favre. Ils sont ensuite reproduits par les amateurs et les autres professionnels. Certains tricks qui ont repoussés les limites sont même devenus des classiques comme le *Cork 720* de Candide Thovex sur le Chad's Gap en 2001¹⁴². Le niveau technique a suivi de près puis rattrapé celui des snowboarders. Ainsi, les premières triples rotations en ski et en snowboard ont été réalisées la même saison, en 2010/2011¹⁴³.

Pour lieux d'expression, les premiers freestylers commencent à fréquenter les snowparks, un terrain de jeux alors réservé aux snowboarders comme l'indique son nom. Les snowparks, apparaissent aux Etats Unis dans les années 1990 pour rapidement coloniser l'ensemble des domaines skiables du monde. Ils peuvent être de taille plus ou moins modeste, souvent proportionnelle à celle de la station. Aujourd'hui, c'est toujours aux Etats Unis et au Canada qu'on en compte le plus grand nombre et les plus importants sont Aspen, Mammoth, Whistler BC, Breckenbridge ou Park City. En France, les stations de Val D'Isere, Les Deux Alpes, Val Thorens, Vars ou Avoriaz accueillent des snowparks conséquents mais loin de la taille de ce que l'on peut trouver aux USA. On retrouve sur ces snowparks des lignes de kickers pour la pratique du slopestyle qui consiste à enchaîner plusieurs figures le long d'une piste. On trouve aussi des kicks plus massifs qui servent à la pratique du *big-air*, c'est-à-dire l'exécution d'un seul et ample trick. Les plus grands snowparks comportent un ou plusieurs Half-Pipe, que les skieurs commencent à fréquenter à partir de la fin des années 1990. On trouve aussi sur les snowparks des *jib-*

¹⁴¹ Le triple cork de Bobby Brown en 2011 : <http://www.youtube.com/watch?v=sEZF120twJM>

¹⁴² REGNIER Julin, *Nineteen Ninety Eight*, In WESKI, n°0, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, octobre 2005, p8

« *This was the first big technical freestyle trick thrown over a massive gap* » selon Téton Gravity Research, en commentaire de la vidéo hébergée sur leur site : http://live.tetongravity.com/_Throwback-17-year-old-Candide-Thovex-throws-the-first-Dspin-720-over-Chads-Gap/video/997101/75233.html

¹⁴³ Torstein Horgmo en snowboard : <http://www.youtube.com/watch?v=pFGqkq3QqRE> et Sammy Carlson en ski : <http://www.youtube.com/watch?v=ZDdOUexGuRM>

zones, qui servent à la pratique du « slide »¹⁴⁴ sur des barres de métal que l'on appelle *rails*. On y trouve aussi des sortes de boîtes en plastique appelées *boxes* et des *Wall*, panneau en bois presque vertical. Les skieurs ici encore utilisent les installations prévues pour les snowboarders et vont même jusqu'à les suivre à l'intérieur des villes et des stations pour pratiquer le *slide* sur le mobilier urbain. On parle alors de *jib*, quand cette discipline est pratiquée en snowpark et de *street* ou *d'urban* lorsque-elle est pratiquée en ville.

Aidés, comme nous l'avons vu, par un matériel qui s'adapte et qui permet une progression du niveau technique, les skieurs freestyle se sont donc inspirés des snowboarders et ont emprunté leur terrain de jeux. Aujourd'hui, même si aucune étude n'est là pour l'attester scientifiquement, il semble qu'il y ait même plus de skieurs que de snowboarders dans les snowpark français, c'est tout de moins l'observation que j'ai pu faire à de nombreuses reprises en me rendant sur place. Il faut aussi noter que le ski de bosses autorise désormais les sauts périlleux et que les spécialistes de la discipline empruntent aujourd'hui les figures inventées par les freestylers dans les snowparks¹⁴⁵.

Section 2 : Le freeride

Les freeriders des années 1990 n'ont pas inventé le ski hors-piste et le ski en poudreuse. En effet, les Français skieurs et alpinistes et pionniers du ski hors piste dans les années 1960 et 1970 Sylvain Saudan, Patrick Vallencant, Bruno Gouvy et Jean Marc Boivin sont souvent cités en exemple par les freeriders d'aujourd'hui qui expliquent qu'ils ont posé les jalons de la discipline qu'ils pratiquent aujourd'hui¹⁴⁶. D'un point de vue

¹⁴⁴ Littéralement « glisse ».

¹⁴⁵ Par exemple le flat-spin 360 de Guilbaut Colas à Vancouver en 2010 : <http://www.youtube.com/watch?v=rxvICSiNELw>

¹⁴⁶ Une phrase issue d'une histoire du freeride par la site du freeride World Tour : «*Much of it was due to the hard-charging styles of its main proponents – visionary mountain men like Sylvain Saudan, Patrick Vallencant, Bruno Gouvy and Jean Marc Boivin – who were stretching the limits of downhill riding in a way that had never been seen before.*» : <http://www.freerideworldtour.com/history.html>

technique il s'agissait plutôt d'alpinisme et de ski de pente raide relativement différent de ce qu'on connaît aujourd'hui en ski freestyle mais ils ont tout de même joué un rôle fondamental grâce à leur passion de la descente à ski dans des conditions extrêmes¹⁴⁷. Il faut noter aussi que depuis 1971 aux USA, Powder Magazine fait la part belle aux skieurs de poudreuse, à une époque où les termes freeski et freeride n'existent pas. Le freeride en ski s'est inspiré de ces pratiques avant de s'en démarquer et d'inventer une nouvelle pratique.

On parle souvent au milieu des années 1980 de « ski-extrême »¹⁴⁸. Les pratiquants recherchent de la poudreuse, des pentes très raides, et tentent de parfois de sauter des barres rocheuses. Dans les années 1980, le hors-piste devient une mode et les fabricants commencent à sortir des skis plus adaptés à cette pratique. Au milieu des années 1990 une nouvelle génération de skieurs hors-pistes fait son apparition. Les champions des premières années du ski freeride que sont Shane McConkey, Kaj Zackrisson, Seb Michaud, Guerlain Chicherit sont tous passés par le ski acrobatique à haut niveau et commencent à s'adonner au ski hors-piste durant lequel ils essayaient de faire des figures ou des sauts. Ils s'inspirent beaucoup, encore une fois, des snowboarders qui commencent à être de plus en plus nombreux sur les pistes mais aussi en dehors et qui se lancent eux aussi dans le freeride. La portance qu'apporte une planche de snowboard la rend très à l'aise en poudreuse et permet une plus grande liberté d'action. Les skieurs commencent alors à utiliser les monoskis qui sont une sorte de jonction entre le snowboard et le ski. Popularisé à la fin des années 1970, il se pratique principalement en hors-piste et dans les champs de bosses. En 1983 le monoski partagera l'affiche d'un des tout premiers films de *glisse* sur neige, *Apocalypse-Snow*, tourné aux Arcs en France par Régis Rolland et dans lequel des mono-skieurs poursuivent un snowboarder qui aurait volé le secret de la glisse. Ils sautent des barres rocheuses, skient dans la neige poudreuse et font des figures adaptées du saut et des bosses, le tout dans un esprit loufoque et très libre. À partir de là on commence à voir apparaître des films qui mettent en scène des skieurs dans le même type de pratique comme la série des films de l'américain Greg Stump entre 1985 et 1998¹⁴⁹. On commence alors à parler de ski *Big Mountain*, une appellation encore

TERRANI Yvan, Sylvain Saudan, *le père du free ride*, in, *Outdoor romand magazine*, n°10, hiver 2007, p.

38.

¹⁴⁷ Il explique entre autre cela dans le film de freeski «Claim» par la Matchstick production en 2009.

¹⁴⁸ Une phrase issue d'une histoire du freeride par la site du Freeride World Tour : «*But it took until the late 1960's and '70's – when Ski Extreme was first coined by the French and the gear had improved substantially – for freeride to really attract global attention*»,

<http://www.freerideworldtour.com/history.html>

¹⁴⁹ Un douzaines de films répertoriés sur son site : <http://www.gregstumpproductions.com/films.php>

utilisée. Au milieu des années 1990 les premières compétitions estampillées *freeride* sont organisées jusqu'aux premiers championnats du monde en 1999. Le sport devient officiel et les médias commencent à parler de ce nouveau phénomène¹⁵⁰.

A partir de la création des nouveaux skis de freeride de plus en plus larges et de mieux en mieux adaptés aux différentes pratiques du ski freeride, le sport se développe rapidement. Les nouvelles techniques de ski alpin qu'ont apportées les skis paraboliques sont adaptées grâce à l'élargissement des skis. Il s'agit de skier pieds largement écartés, en plaçant son poids au milieu du ski (et non plus sur l'arrière) en effectuant de grandes courbes à haute vitesse, en opposition avec la godille (Série de virages très serrés) privilégiée auparavant dans la poudreuse¹⁵¹. Le monoski qui ne permet pas d'appliquer cette technique disparaît progressivement au profit du ski freeride et freestyle. Les sauts de barres rocheuses sont de plus en plus nombreux, hauts et réussis. Les skieurs Seb Michaud ou Seth Morisson sont réputés pour les sauts massifs, souvent agrémentés de back-flips qu'ils réalisent. Les figures réalisés par dessus les barres rocheuses ou grâce à des tremplins naturels s'inspirent petit à petit de celles réalisées en freestyle, aidées par l'apparition des skis à cambre inversé qui permettent une réception à l'envers. Le freeride est désormais une pratique bien définie.

Le freeride s'éloigne assez rapidement du ski de randonnée. Ces deux versions du ski alpin se rejoignent par le fait qu'elles se pratiquent toutes les deux hors des pistes damées, mais elles diffèrent sous bien d'autres aspects. Les skis, pour un randonneur, sont surtout un moyen de locomotion adapté aux reliefs escarpés qui lui permet de se déplacer dans la neige pour atteindre un col ou un sommet puis d'en redescendre ski aux pieds¹⁵². Il a pour cela des fixations au talon détachable, des chaussures adaptées et des skis légers, qui sont profitables lors de la montée. La légèreté et la relative minceur des skis de randonnée a d'ailleurs pour but de faciliter les efforts à la montée mais c'est souvent au détriment de la skiabilité à la descente. Le randonneur cherche le plaisir de la marche, de la balade et de l'atteinte d'un sommet plutôt que celui de s'offrir une belle descente à ski. Il

¹⁵⁰ En témoignent ces deux reportages étonnés de France 2 en 2001 :

Stade 2 du 18/03/2001 : <http://www.ina.fr/sport/autres-sports/video/CAB01016434/free-ride-guerlain-chicherit.fr.html>

20 heure du 24/03/2001 : <http://www.ina.fr/sport/autres-sports/video/CAB01015127/free-ride.fr.html>

¹⁵¹ Le film les «Bronzés font du ski» sont une parfaite illustration de cette technique de ski désormais révolu.

¹⁵² Définition du ski de randonnée par le site spécialisé français Skitour.fr : « *Le ski de randonnée, c'est de la randonnée ... à ski ! C'est le moyen le plus adapté pour parcourir la montagne l'hiver. Contrairement à la raquette ou au ski nordique qui sont adaptés aux reliefs doux, le ski de randonnée est adapté aux reliefs alpins, plus escarpés. Le skieur de randonnée parcourt les mêmes itinéraires que le randonneur pédestre ou que l'alpiniste parcourt l'été, mais il les parcourt en hiver. Il évolue en pleine montagne, à l'écart des stations de ski, et donc forcément "hors piste".* »

www.skitour.fr/articles/read_11.html

privilégie les endroits isolés et le cadre naturel de la haute montagne aux stations de skis artificielles¹⁵³. Les principes du freeride sont différents. Le *freerider* est avant tout à la recherche du plaisir du ski hors-piste. Il recherche la qualité poudreuse de la neige, la technicité, la beauté de la ligne qui va être skiée et les sauts de barres rocheuses qui la coupent. Pour cela il utilise tous les moyens qui sont mis à sa disposition pour remonter la pente. Il utilise parfois du matériel de randonnée ou des skis de freeride dotés de fixations hybrides, situées entre la randonnée et le ski-alpin et qui apparaissent au milieu des années 2000. Mais il utilise aussi et surtout les remontés mécaniques des stations de ski qui sont une aubaine car elles permettent de se retrouver au sommet d'une grande face vierge sans avoir marcher. Pour les skieurs professionnels ou fortunés, des hélicoptères commencent à faire leur apparition pour déposer des skieurs en haut des faces. Les motos-neige sont aussi beaucoup utilisées et largement visibles dans les vidéos de freeride des années 2000. En France ces deux pratiques sont illégales mais elles sont plus largement répandues au Canada ou aux USA où des complexes touristiques sont aujourd'hui spécialisés dans l'héli-ski¹⁵⁴. Tous ces moyens de locomotion permettent aux skieurs d'enchaîner un grand nombre de descentes, ce que le ski de randonnée ne permet pas. Aujourd'hui on appelle « ski extrême » le ski de pente raide, c'est-à-dire le ski pratiqué en haute montagne sur des pentes et des couloirs extrêmement raides. Il est beaucoup plus proche de l'alpinisme et de la randonnée que du ski freeride qui a trouvé sa place entre toutes ces disciplines alternatives du ski alpin.

On note enfin que le freestyle et le freeride se réunissent dans la pratique du freestyle backcountry

Section 3 : Le freestyle backcountry

Parallèlement au développement de ces deux pratiques, apparaît le freestyle backcountry. Difficile de savoir précisément à partir de quand ce terme est utilisé mais on

¹⁵³ <http://www.linternaute.com/sport/dossier/ski-de-rando/ski-de-rando.shtml>

¹⁵⁴ Les exemples du CMH Galena Lodge (<http://www.canadianmountainholidays.com/heli-skiing/lodges/galena>) ou de Retallack (<http://www.retallack.com/>), au Canada

peu tout de même montrer que cette pratique s'invente au confluent du freestyle et du freeride. Des les années 1990, les freestylers sortent des snowparks pour tailler des kicker dans la poudreuse, à la manière de ce qui se fait en snowboard. Cela permet de réceptionner dans de la poudreuse et donc de s'entraîner ou de s'essayer à des sauts plus amples, plus engagés. C'est une autre façon d'aborder le ski freestyle et les premiers films qui mettent à l'honneur la discipline, comme les films de Poorboyz à partir de 1998 montrent des séquences de ce type. C'est un prolongement naturel de la pratique du freestyle en snowpark. Les premiers films de freeride comme ceux de Greg Stump sont aussi pourvus de séquences backcountry. Comme nous l'avons vu beaucoup de freeriders viennent eux aussi du ski acrobatique. C'est ce qui fait que les premières générations de champions du freeride sont à l'aise en freestyle et pratiquent donc eux aussi le freestyle backcountry, ce qui est visible dans les vidéos des années 1990 et du début des années 2000 qui mettent en scène Seth Morisson, Mike Douglas, Shane McConkey, Guerlain Chicherit, Seb Michaud ou Kaj Zackrisson. Les premières compétitions de freeride montraient de très nombreux back-flip et 360° au-dessus des barres, peut être même plus qu'aujourd'hui. C'est aussi ce qu'explique Seb Michaud dans un reportage pour la chaîne M6 en 1998 dans l'émission Sport Evènement : « *le ski artistique m'a apporté une super expérience pour me repérer en l'air* ». ¹⁵⁵ Il est à noter que les premiers freestylers qui eux aussi sont passés par le ski de bosse, très exigeant techniquement, sont performant en freeride. Candide Thovex qui détient un des plus grand palmarès du ski freestyle à même gagné le *Freeride World Tour*, le championnat du monde de freeride en 2010. Mike Douglas, J.-P. Auclair et Julien Regnier se sont aussi distingués par de belles vidéos de freeride ¹⁵⁶. Mark Abma qui à commencé sa carrière en freestyle est aujourd'hui l'un des freerider les plus récompensés, tout comme Richard Permin et ces skieurs sont bien entendu tous reconnus pour leur aptitudes en freestyle backcountry. Il y a donc beaucoup de polyvalence chez les champions de la première heure ce qui nous permet de dire que le backcountry lie le freeride et le freestyle, tout du moins dans les premières années. Il faudra attendre le début des années 2000 pour voir apparaitre des skieurs qui se spécialisent dans le backcountry. Les skieurs Eric Pollard et Chris Benchetler vont devenir des icônes de cette discipline avec leur façon de skier à l'envers dans la poudreuse et d'apporter beaucoup de nouveauté, de style et de personnalité dans leurs tricks. Dans le même temps, les skis de backcountry font leur

¹⁵⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=5GAYn3FriZs>

¹⁵⁶ Le segment de freestyle et backcountry de Julien Renier dans « *Ski Porn* » de Poorboyz production en 2007 (<http://www.zapiks.fr/julien-regnier-in-ski-porn-1.html>) et celui, résolument freeride et très engagé, de « *Revolver* » par la même boîte de production, deux ans plus tard.

apparition, plus large que les skis de freestyle mais moins rigides que les ski de freeride. Ils commencent à partir de 2005, à se courber à l'envers pour faciliter le ski dans la poudreuse profonde et les réceptions à l'envers ce qui va encore donner un coup d'élan à la discipline. En 2010, Red Bull organise à Vars la première compétition de freestyle Backcountry, gagnée par Candide Thovex.

Les premiers freeskiers étaient donc souvent adeptes du freestyle et du freeride et ils ont participé à la création d'un mouvement, d'une unité autour de ces deux disciplines : le freeski. Mais il semble que les plus récentes générations de freeskiers professionnels se soient d'avantage spécialisées. Des générations de freestylers qui ont toujours connus les snowparks se sont mis au ski freestyle dès leur plus jeune âge et se sont concentrés sur cette pratique, poussés par la hausse de la qualité et du nombre des snowpark. Le rythme élevé des progrès techniques et la multiplication du nombre de compétition est à l'origine de la création d'une génération de skieurs qu'on ne voit qu'en compétition et qui participe peu ou pas aux films et aux vidéos (Torin-Yater Wallace, Kevin Rolland, Xavier Bertoni...). Ils ont besoin de séances d'entraînements solides et nombreuses pour espérer décrocher une médaille dans cette activité devenue un véritable sport professionnel.

Enfin, il faut noter que si le *backcountry* unit le *freeride* et le *freestyle* au sein de ce qu'on appelle aujourd'hui le *freeski*, ces choix sémantiques ont évolué au fil du temps. Il est difficile de savoir à partir de quand tels ou tel mots ont été employés. La lecture des forums ou des articles parus dans les premières années montre que les pratiquant amateurs et les journalistes, peu au fait du vocabulaire, sont un peu perdus au milieu de tous ces mots. C'est la création de l'*International Free Skier Association* en 1996, qui semble marquer début de l'institutionnalisation et de la professionnalisation de ce sport.

Chapitre 3 : Le freeski devient un sport de compétition et se professionnalise

Section 1 : La professionnalisation du sport par le sponsoring

Le sponsoring par les marques de skis

La communication autour des gammes de freeski chez les fabricants généralistes se fait principalement par l'intermédiaire du sponsoring de skieurs. Ainsi, les marques s'entourent d'athlètes qu'elles dotent de matériel et qu'elles rémunèrent. En ski alpin, cela permet à la marque d'être visible lors des compétitions retransmises à la télévision. En freeski, les skis sont non-seulement visibles lors des compétitions qui commencent à apparaître dans les années 1990 et qui rassemblent de plus en plus de spectateurs et de téléspectateurs¹⁵⁷, mais aussi dans les vidéos et les photos dont le nombre ne cesse de croître depuis les débuts de ce sport. C'est cette politique de parrainage qui a permis à des freeskiers de devenir de vrais sportifs professionnels. La vidéo et la photo sont deux moyens pour les freeskiers d'être rémunérés, en plus des récompenses financières qu'apportent les victoires en compétitions. Certains des freeskiers professionnels le sont devenus sans passer par les *contest* de freestyle ou les compétitions de freeride. En 2005, Fabien Maierhofer, un freestyler backcountry français, rappelle d'ailleurs que les skieurs Anthony Boronowski, J.-P. Auclair et Eric Pollard ne sont pas non plus des compétiteurs ce qui ne les empêche pas d'être performants et professionnels¹⁵⁸. On peut donc affirmer que les équipementiers, à commencer par les fabricants de skis, sont à l'origine de la professionnalisation de ce sport.

On a vu précédemment que Salomon s'est attaché les services de skieurs pour la conception et la communication autour du Teneighty en 1998. En 2002, J.-P. Auclair quitte la marque pour créer Armada, rapidement suivi par J.-F. Cusson, tandis que Vincent Dorion rejoint 4Frnt en 2004. Malgré tout, Salomon commence à parrainer de plus en plus de skieurs. Elle débauche l'ancien skieur de bosse et désormais star française du freestyle

¹⁵⁷ Les scores d'audiences des X-Games sont en perpétuelles progressions : <http://sports.espn.go.com/action/news/story?id=6665169>

¹⁵⁸ MAIERHOFER Fabien, « *La Mauvaise Interview* », in Weski, n°07, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, Fev/mars, 2007, p.80

Candide Thovex de chez Dynastar en 2001¹⁵⁹, juste après sa victoire aux X-Games et étoffe sa *team*¹⁶⁰ avec des noms comme Patrick Soridé (Skieur de bosse norvégien pionnier du freestyle), Simon Dumont en 2000 (Un jeune espoir américain qui deviendra un grand champion), Charles Gagnier (Canada), Mark Abma (2003, ancien skieur de bosse arrivé dans le freestyle puis le freeride), Dane Tudor, Kaj Zackrisson, Thomas Krief, James Woods, Cody Townsend, Chris Rubens... Les Salomon Teneighty seront très présents dans les vidéos et les photos du début des années 2000 comme le montre un bref historique photographique du freeski publié dans le numéro zéro de WeSki en octobre 2005¹⁶¹. Aujourd'hui la marque a réduit ses effectifs en freestyle et semble se diriger plus résolument vers le freeride ou elle est une des marques les plus visibles. Dynastar qui compte rapidement dans sa team de grands noms du freestyle comme Candide Thovex depuis 2001. En 2006 le team est dirigé par Phil Dion qui représente cette nouvelle génération de managers directement issus du ski freestyle newschool¹⁶² et rassemble entre autres Phil Larose, Corey Vanular, Tanner Rainville, David Chrichton, Dan Marion, Mathias Wexsteen... Puis petit à petit la marque s'est éloignée du freestyle et aujourd'hui la team comporte peu de grand champions. Les Scratches de Rossignol sont aussi très présent dans les premières années du freeski et ils tendent à prendre de plus en plus de place face à Salomon et Dynastar. Ainsi, en 2004, Candide Thovex quitte Salomon pour Rossignol. Il rejoint des skieurs de sa génération comme Pep Fugas, Flo Cuvillier et Arnaud Kugener. Rossignol continuera à truster les podiums, notamment avec les Français Xavier Bertoni, Kevin Rolland et David Wise dans le half-pipe des X Games entre 2009 et 2012, mais elle a largement réduit sa participation par le sponsoring suite aux difficultés financières de son ancien propriétaire, le groupe Quiksilver¹⁶³.

Ces grands fabricants généralistes monopolisent les podiums des grandes compétitions de ce sport et il semble qu'ils soient d'avantage attirés par ce type de communication que par la vidéo. Seule la marque K2 semble privilégier la vidéo avec des skieurs phares comme Seth Morrison (freerider absent des compétitions mais très actif dans la vidéo), Shane McConkey (Inventeur des ski larges et pionnier du freeride) puis aujourd'hui Sean Petit, Andy Mahre, Sean Jordan, Collin Collins... Elle veut se donner une

¹⁵⁹ <http://www.sport.fr/sports-extremes/candide-thovex-quitte-dynastar-pour-salomon-12952.shtm>

¹⁶⁰ Le mot est utilisé sur tous les sites en français des marques de ski. Le traduire par «équipe» serait approximatif car si ces athlètes partagent le même sponsors ils ne s'entraînent ni ne concourent ensemble et ne forment pas une équipe sportive du type sélection nationale ou club privé.

¹⁶¹ REGNIER Julien, *Nineteen Ninety Eight*, In WESKI, n°0, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, octobre 2005, p.8.

¹⁶² Interview de Phil Dion, dans Weski, n°3, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, jan/fev/mars 2006, p.26.

¹⁶³ LAGOUTE Christine, *Quiksilver va devoir vendre Rossignol*, in Lefigaro.fr, 17/01/2008 <http://www.lefigaro.fr/societes-francaises/2008/01/17/04010-20080117ARTFIG00359-quiksilver-va-devoir-vendre-rossignol-.php>

image « core ¹⁶⁴ », qui se situe au centre de la nébuleuse que constitue la culture freeski. C'est ce qui est privilégié par de nouvelles marques de skis spécialisées dans ce nouveau sport.

La politique de sponsoring des marques de ski spécialisées dans le freeski est quelque peu différente de celle des fabricants historiques de ski. En effet, la stratégie d'intégration des skieurs dans la phase de conception des skis permet d'attirer la fidélité des athlètes. En effet, leurs teams changent moins et les skieurs deviennent de vrais ambassadeurs de la culture de la marque au fil des années. Ces marques cherchent plutôt un skieur représentatif de l'image qu'elle veut se donner plutôt qu'un athlète performant en compétition. L'historique skieur de la marque Line, Eric Pollard, représente parfaitement l'esprit freestyle Backcountry que la marque veut se donner avec des skis très larges, très souples, faits pour skier à l'envers dans la poudreuse très profonde et enchaîner les figures. Par son aisance dans la poudreuse et son originalité dans les tricks, Eric Pollard représente l'image de marque, même s'il ne participe à aucune compétition. La marque Armada quand elle privilégie le freestyle et les skieurs originaux qui se concentrent sur le style et l'originalité de leurs figures et qui aiment les rails et le ski urbain. Si Tanner Hall ou J.-P. Auclair ont connu des heures de gloire en compétitions, ils représentent par leur personnalité le lien avec la culture urbaine du graffiti, du hip-hop et du skateboard. Plus récemment, les recrues Henrik Harlaut¹⁶⁵ et Phil Casabon sont de très bons exemples¹⁶⁶. Les marques Black Crows, Movement ou 4FRNT, si elles possèdent des skis de freestyle dans leur gamme, privilégient les freeriders avec un esprit plus proche de la montagne. Malgré tout, comme nous l'avons vu plus haut, la marque Coreupt s'est attachée les services de certains des plus grands champions du freestyle et du freeride au moment de son lancement, une stratégie plus proche de celle des marques généralistes.

Petit à petit, la totalité des marques qui proposent des skis de freeski sont dotées d'une team professionnelle qui fait office de vecteur pour la publicité de ces skis. Ces teams sont dirigées par des managers et parfois des entraîneurs. Mais la fin de la saison 2010/2011 est le théâtre d'une valse de transferts important rarement observée et causée par l'annonce de l'arrivée de la discipline aux JO de 2014. Si Simon Dumont quitte

¹⁶⁴ Littéralement «coeur», «noyau», terme très utilisé par les marques.

¹⁶⁵ Arrivé chez Armada en 2011. Il est alors débauché de Ninthward, une marque en difficulté mais qui revendique un esprit proche de celui d'Armada.

<http://freeskier.com/stories/henrik-harlaut-signs-armada>

¹⁶⁶ Voir la web série B&E Show de la saison 2011-2012, ou la «chaîne de télévison» internet créée par Tanner Hall : <http://inspiredmedia.tv/>

Salomon pour Head et Benoit Valentin quitte Coreupt pour Rossignol, certains changements de sponsors se font au profit des marques spécialisés puisque Sammy Carlson quitte Salomon pour signer chez Apo, Kevin Rolland s'engage chez Coreupt et Candide Thovex signe chez Faction.

D'autres équipementiers jouent un rôle fondamental dans la professionnalisation du freeski

Les skieurs professionnels comptent en général plusieurs sponsors. À la fin des années 1990, J.-P. Auclair et J.-F. Cusson commencent à envoyer des vidéos et à démarcher des marques susceptibles de les sponsoriser, comme l'explique le photographe Chris O'Connel sur Skipass.com le 3 janvier 2008 : « *Et puis j'ai vu une petite vidéo promotionnelle que J.-P. Auclair et J.-F. Cusson avaient envoyé à Oakley. Ils faisaient des corks 720 sur de kickers de snowboard à Mont Hood. (...) Je les ai rencontrés en 1998.*¹⁶⁷ ». Les deux skieurs décrocheront un contrat et le fabricant américain de lunettes et de masques haut de gamme Oakley va constituer l'un des premiers sponsors des freeskiers newschool. Passée d'une petite fabrique artisanale à une vraie entreprise à partir de 1995, elle est déjà très présente sur la scène snowboard, et elle va vite s'emparer du phénomène freeski et parrainer la majorité des premiers grands noms de la discipline comme Phil Dion, Boyd Easley, Jon Olson, Julien Regnier, Kristi Leskinen, Phil Poirier, Anthony Boronowski, Mike Nick ou Tanner Hall¹⁶⁸. Aujourd'hui elle parraine les stars de dizaines de sports différents comme le cyclisme, le golf, l'athlétisme ou la formule 1. D'autres marques d'optiques alors spécialisées dans le snowboard, le surf ou la moto-cross, suivent rapidement le mouvement, comme les américains *Smith* (CR Johnson, Steele Spence, Phil Larose, Phil Belanger) et *Dragon* (créée en 1993, skieurs : Eric Pollard, Chris Benchetler, Matt Walker, TJ Shiller), *Arnette* (Mike Douglas) ou le canadien *Spy* (Créé en 1994, et qui sponsorise notamment Charles Gagnier). Certaines marques de masques de skis qui avaient investi dans les skieurs extrêmes et les premiers freerider des années 1990, comme *Uvex*, *Julbo*, *Briko*, *Lubsol* ou *Vuarnet* (qui parraine les films de Greg Stumpe par exemple), obtiennent finalement peu d'influence dans le freeski newschool à partir du début des années 2000 et privilégient le

¹⁶⁷ <http://www.skipass.com/news/21640-10-ans-de-freestyle-par-chris-.html>

¹⁶⁸ Tous ces skieurs arborent des masques oakley dans le film de Poorboyz Propaganda de 2001 dont voici la bande annonce : <http://www.youtube.com/watch?v=HeLtwOpyc1U>

ski alpin. Les marques citées précédemment adoptent un style plus jeune, plus coloré pour leurs masques et visent rapidement les premiers amateurs de snowboard puis de freeski. A partir du tout début des années 2000 de nouvelles marques d'optique sont créées, principalement en Californie à l'intention des pratiquants des sports de glisse comme le surf, la moto-cross, le snowboard et le freeski. La marque Electric est créée en 2000 et parraine ses premiers skieurs quelques années plus tard (Matt Walker, Tanner Rainville, Mathieu Imbert, Sam Favret, Fabien Maierhofer). D'autres marques comme Annon, Von Zipper ou Spy sponsorisent principalement des snowboarders mais elles visent aussi le marché amateur du freeski par leurs caractéristiques. Les marques Julbo, Scott ou Bollé vont d'ailleurs s'orienter petit à petit vers ces masques haut de gamme au style plus jeune. Créée en 1985 la marque Giro, l'un des leaders mondiaux dans le secteur des casques de vélo et de ski, lance en 2008¹⁶⁹ une gamme de masque et de casques très orientés freeski et parraine aujourd'hui un grand nombre de freestylers et freeriders réputés (Aj Kemppainen, Ingrid Backstrom, Mike Riddle, Xavier Bertoni, Andreas Hatveit, Nick Martini, Justin Dorey, Colby James West, Jossi Wells, Dave Treadway, Simon Dumont, Thomas Krief....). Les skieurs les plus connus se voient dotés d'un pro-model à leur nom dans les gammes de masques de leurs sponsors. Oakley par exemple, propose des « *signature series* »¹⁷⁰ au nom de Seth Morisson, Simon Dumont, Tanner Hall, J.-P. Auclair ou Shane McConkey (certains en ont même plusieurs versions). Il s'agit souvent de coloris différents à ceux des gammes habituelles et on se rend compte qu'un très grand nombre de masques sont au nom de snowboarders et de skieurs chez Oakley. Pour les autres marques on peut noter par exemple le Rogue TJ Shiller chez Dragon, les masques de Tanner Rainville et Parker White chez Electric et celui de Tom Wallish chez Scott. Ces masques représentent en général le haut de la gamme. D'autres marques déjà présentes sur le marché mais sur un autre secteur produisent également des masques comme Quiksilver, depuis 2001 qui sponsorise beaucoup de snowboarders mais aussi quelques freeskiers, avec un pro-modèle pour Candide Thovex. Rip-Curl a également sa gamme et Salomon lance aussi en 2011, une ligne de masques haut de gamme orientée freeski.

C'est à partir de la commercialisation des skis newschool, de l'apparition des compétitions de freeski et de la multiplication des vidéos que les marques de textile technique vont commencer à faire leur apparition sur le marché du freeski. Il s'agit tout d'abord de marques issues du ski alpin mais aussi et surtout du snowboard et des autres

¹⁶⁹ Historique de la marque : <http://www.vagueetvent.com/blog/2011/11/07/giro/>

¹⁷⁰ La liste des signature series de 2011 : <http://www.oakley.com/store/products/men/goggles/special-editions>

sports de glisse comme le surf ou le skateboard. Elles proposent des vêtements plutôt larges et très colorés qui tranchent avec le noir ou le beige qui est alors à la mode auprès des pratiquants du ski alpin. On peut citer les australiens Quiksilver, (Sarah Burke chez Roxy, la version féminine de la marque, Candide Thovex, Thomas Krief et James Woods pour les hommes)¹⁷¹ et Rip Curl (J.-F. Cusson, Chris Booth). Ces multinationales venues du surf, sont ultra-présentes dans le snowboard et sponsorisent très tôt quelques freeskiers. Le Canadien Orage, spécialisé dans les vêtements de ski depuis 1989, engage beaucoup de ses compatriotes comme J.-P. Auclair, T.-J. Shiller ou les frères Casabon. Il y a aussi le français Sun Valley (David Alemoz, Seb Michaud), les américains Nike (Nike ACG puis Nike 6.0, Richard Permin, Mark Abma), The North Face (Eric Hjørleifson, Tom Wallisch)... Beaucoup créent des pro-modèles aux couleurs et au nom d'un skieur. Ainsi Quiksilver crée un ensemble haut de gamme au nom de Candide Thovex qui est un véritable succès de vente. Orage compose aussi sa gamme de nombreux pro-modèles comme celui du J.-P. Auclair puis TJ Shiller, Xavier Bertoni et Phil Casabon. Certaines marques de ski se mettent aussi aux vêtements techniques destinés au marché du freeski et elles vont petit à petit habiller les skieurs qu'elles dotent déjà de paires de ski. La ligne d'Armada est aujourd'hui très fournie et comporte quelques pro-modèles (Henrik Harlaut) comme sa gamme de ski. Salomon, à partir de 2005 et du lancement des Salomon Freeski TV, se positionne aussi sur le marché des vêtements techniques orientés freeski et récupère un grand nombre des skieurs que la marque équipait en skis (Mark Abma, Dane Tudor, Cody Townsend, Mike Douglas, Kaj Zackrisson, Enak Gavaggio, Chris Rubens...). Certains sont aussi débauchés de leurs sponsors masque à partir de la création des masques Salomon. Coreupt, juste avant son dépôt de bilan en 2012 a aussi lancé une ligne de vêtement contenant le pro-modèle de Kevin Rolland. Oakley se met aussi aux vêtements techniques et habille certains de ses skieurs (les ensembles de Tanner Hall et de Simon Dumont par exemple). La plupart de ces marques commercialisent aussi des gants, des casques ou des bonnets.

Les fabricants de boissons énergisantes vont eux aussi parrainer des freeskiers. La lecture d'anciens numéros de journaux spécialisés permet de remarquer que ces marques sont présentes depuis peu de temps sur ce marché mais qu'elles ont pris une grande importance en peu de temps. Les portraits ou interviews de skieurs citent souvent leurs sponsors et on ne trouve quasiment pas de référence à ces marques jusqu'au milieu

¹⁷¹ Pour chercher ce type d'informations, les anciennes photos et vidéos sont une bonne source car les skieurs ont parfois changé d'équipementier et les sites internet actuels peuvent par conséquent induire en erreur. Ainsi, Candide Thovex est chez Quiksilver depuis le tout début des années 2000 comme le montre cette photo de 2001: <http://www.skipass.com/news/21640-10-ans-de-freestyle-par-chris-/p24002.html>

des années 2000. Il faut tout de même faire attention car ce type de boisson n'est autorisé en France que depuis 2008 ce qui peu expliquer par exemple l'absence de publicité pour ces marques dans les magazines. Malgré tout, même les skieurs américains qui seront les premières cibles ne sont pas approchés par ces marques jusqu'à 2007 environ et l'étude des teams montre qu'elles sont principalement constituées de skieur plus jeunes que ceux de la première génération du début des années 2000. La marque autrichienne Red Bull s'est ainsi spécialisée dans le mécénat d'athlètes et d'évènements de sports mécaniques, de sports extrêmes et de sports de glisses. Aujourd'hui elle compte 17 des meilleurs freeskiers du monde dans sa team professionnelle (Bene Mayr, Bobby Brown, Chris Davenport, Elias Ambhul, Grete Eliassen, Henrik Windstedt, Jon Olsson, Kaya Turski, Richard Permin, Sean Pettit, Simon Dumont, Tanner Hall...) ¹⁷². Elle est la première à se lancer dans le freeski en ciblant tout d'abord les skieurs américains (Simon Dumont et Tanner Hall) puis des internationaux. Dans le même temps la marque américaine Monster Energy, créée en 2002 prend le pas de son confrère. Elle sponsorise aujourd'hui 19 skieurs (Kevin Rolland, Xavier Bertoni, Alex Schlopy, Tom Wallisch, JF Houle, Justin Dorey, Henrik Harlaut, James Woods, Jacob Wester, Jossi Wells et T.-J. Shiller entre autres). Rockstar Energy, fondée aux Etats-Unis en 2007 accueille aujourd'hui dans sa team 9 skieurs (Sammy Carlson, Nick Martini, Matt Walker, Mike Riddle, Phil Casabon, Jen Hudak, A.-J. Kamppainen, Cody Ling et Willie Borm.).

D'autres marques d'accessoires rejoignent ces principaux mécènes. Il y a des horlogers comme le suisse *Swatch*, déjà présent dans le ski extrême et le freeride dans les années 1980 et 1990 ¹⁷³ et qui sponsorise aujourd'hui six freeriders (Kaj Zackrisson, Marja Persson, Richard Permin, Phil Meier, Sverre Lilquist). Level, fabricant de gants, créé dans les années 2000 sur la vague du snowboard et du freeski, ne compte pas moins de 18 skieurs dans sa team (David Wise, Kevin Rolland, Markus Eder, Parker White, Tanner Rainvill, Xavier Bertoni...). En 2000, le français Pull-In lance une gamme de caleçons colorés et se place sur le marché des sports de glisses. Elle sponsorise aujourd'hui une douzaine des meilleurs freeskier de la planète (J.-P. Auclair, Xavier Bertoni, Richard Permin, Julien Regnier, Julien Lopez, Phil Meier, Kevin Rolland, Tanner Hall...). Le fabricant américain de casques audio *Skull Candy* fondé en 2003 à Park City, surf aussi sur la vague des sports de glisse et compte aujourd'hui dans sa team professionnelle de freeskiers cinq des plus grands noms du freestyle : Tom Wallisch,

¹⁷² La liste sur leur site : http://www.redbull.com/cs/Satellite/en_INT/Sports-/Winter-Sports-/Skiing/Profile/011242752875959. D'une manière générale, on trouve une liste des athlètes de la team professionnelle sur tous les sites de ces équipementiers.

¹⁷³ Présente aux génériques des films de Greg Stump et organisateur du *Freeride World Tour* à partir de 2008.

Sammy Carlson, Parker White, Bobby Brown et Tanner Hall. La marque américaine de protections dorsales, de casques et de sacs *Dakine*, créée en 1978, parraine quant à elle une douzaine de freeskier (Andy Mahre, Bobby Brown, Chris Benchetler, Eric Pollard, Michelle Parker, Mike Henitiuk, Pep Fugas, Sammy Carlson, Sam Cohen, Sean Pettit, Tanner Hall, Todd Ligare). Les stations de naissance de skieurs sont aussi des sponsors récurrents (la station savoyarde de La Plagne pour Kevin Rolland par exemple.)

Cette liste n'est pas exhaustive mais elle donne une idée de la quantité et de la diversité des marques qui s'engagent à payer des skieurs pour qu'ils portent leur matériel et représentent la marque dans les vidéos et les compétitions. Les premiers temps, il s'agit surtout de financer des voyages pour les compétitions ou les shooting vidéos, puis les marques se mettent aussi à distribuer des salaires. Il est impossible de connaître le montant de ces émoluments mais on peut tout de même imaginer qu'ils ont nettement augmenté depuis la fin des années 1990 et que le cumul des sponsors permet aux professionnels de vivre de ce sport. Ainsi Simon Dumont est parrainé par 12 sponsors et il faut en compter 11 pour Tanner Hall. En moyenne, les freeskiers professionnels comptent entre 3 et 8 sponsors¹⁷⁴. Ces marques sont souvent pourvues de teams de skieurs amateurs qui se voient offrir du matériel pour les compétitions régionales et les vidéos qu'ils produisent, mais ils ne sont pas rémunérés. Ces teams sont en général à l'initiative et sous la responsabilité des directions nationales de ces grandes marques.

Mais la recherche des parrains des freeskiers professionnels est aussi une façon de découvrir l'ensemble des marques qui ont décidé d'entrer sur le marché du freeski en visant directement le public averti, par une politique de sponsoring. Ces entreprises de plus ou moins grande envergure ont joué un rôle capital dans la création de ce sport et de son aspect professionnel. Elles ont aussi beaucoup contribué à la création et au financement des compétitions.

¹⁷⁴ La visite des sites officiels et des pages des réseaux sociaux de ces skieurs sont de très bons outils pour trouver ces informations, même si n'y figurent pas les anciens sponsors.

Section 2 : Le freeski, un sport de compétition

Les compétitions de ski freestyle

En 1996, le pionnier du freeride Shane McConkey (Canada) crée l'*International Free Skiers Association* avec pour but de créer « (...) une ligne directrice uniforme pour garantir des compétitions consistantes et crédibles en Amérique du Nord. »¹⁷⁵. L'IFSA devient un label pour les compétitions, à la manière de la FIS en ski alpin, en édictant des règles que les organisateurs doivent respecter pour figurer parmi les étapes du *Freeskiing World Tour*. Ainsi, c'est en 1998 que l'IFSA lance cette première coupe du monde de freeride, sur le même modèle que les championnats FIS en ski alpin. Il s'agit d'une série de compétition de freeride pour homme et femmes qui apportent des points à un classement général qui définit le champion au terme de la saison. Le premier vainqueur de la coupe du monde IFSA de freeride n'est autre que Shane McConkey, le créateur de l'association¹⁷⁶. Les vainqueurs sont en général canadiens, américains et français. La première femme championne du monde est l'américaine Wendy Fisher. Chaque année se déroule aussi un championnat du monde sur une seule étape. C'est alors qu'on invente le concept des compétitions de freeride, qui se jouent sur une face très raide et parsemée de barres rocheuses, dans laquelle les skieurs doivent tracer la plus belle ligne et sauter des barres. Les juges, qui sont en général d'anciens skieurs extrêmes ou de professionnels du milieu comme des journalistes, donnent chacun une note avec lesquelles on établit une moyenne. En 1999, le Freeskiing World Tour compte des étapes dans le monde entier : les *freerides*¹⁷⁷ de Solden en Autriche, de Valdez en Alaska et de Whistler au Canada, le Red Bull SnowThrill de Chamonix, ou le Rip Curl Helli Challenge en Nouvelle-Zélande¹⁷⁸ par exemple. Le tour s'appuie sur ces étapes, souvent l'occasion de rencontres entre snowboarders et skieurs et qui sont parfois préexistantes. Il est très difficile de trouver des références à des compétitions de freeride isolées qui se seraient déroulées dans les années 1990 sans faire une série d'entretiens. Malgré tout, on peut penser que la coupe du monde s'est créée sur la base d'événement déjà existant et notamment grâce au snowboard. L'IFSA se contente de poser des jalons réglementaires et d'établir un

¹⁷⁵ « (...) by creating a uniform set of guidelines to ensure consistent and credible competition around North America. » : Sur le site de l'association : <http://www.freeskiers.org/about-ifsa.html>

¹⁷⁶ L'historique des vainqueurs sur le site : <http://www.freeskiers.org/ifsa-tour-history/ifsa-past-champs.html>

¹⁷⁷ « une freeride », c'est l'appellation courante en France pour parler de ce type de compétitions

¹⁷⁸ On trouve mention de ces événements dans les palmarès des freerider : celui de Guerlain Chicherit sur sa fiche du site de Tignes (Savoie) : <http://www.tignes.net/fr/ski-a-tignes/guerlain-chicherit-689.html>. Celui de Manu Gaidet sur son site personnel : <http://www.manugaidet.com/>

classement général et donc d'institutionnaliser la discipline. Les *freerides* sont organisées et financées par les stations qui les accueillent ainsi que par les équipementiers que l'on a cités plus haut (La North Face Freeride des Arcs en France, le Red Bull Snowthrill à Chamonix ou Rip Curl Helli Challenge en Nouvelle-Zélande). L'IFSA se donne aussi l'objectif d'aider les freeriders professionnels à faire entendre leurs voix et de promouvoir les industriels, les événements et les compétitions. Ils cherchent aussi à favoriser la reconnaissance médiatique du freeski.

L'année 2008 est le théâtre du premier Swatch Freeride World Tour. Organisé par l'horloger suisse, ce tour devient rapidement le plus prestigieux des championnats du monde de freeride, en rassemblant les meilleurs spécialistes du monde. Les compétitions se déroulent sur le même format que celui du Freeskiing World Tour ¹⁷⁹. Il comporte quatre catégories : le ski et le snowboard masculin et féminin. Il compte 6 étapes parmi lesquelles on peut citer le Nissan Xtreme Verbier by Swatch en Suisse ou le North Face Master of Snowboards à Snowbird¹⁸⁰ aux USA. En ski, le suédois Henrik Windstedt remporte le premier F.W.T., suivi des Français Aurelien Ducroz (2009 et 2011), Candide Thovex (2010) et le suédois Reine Barkered (2012). Chez les femmes, l'américaine Elyse Saugstad remporte la compétition en 2008, suivie de Ane Enderud (Norvège, 2009 et 2010), Janette Hargin et Christine Hargin (Suède, respectivement en 2011 et 2012). Le Freeride World Qualifier est quant à lui, lancé en 2010. Il est une sorte de championnat de deuxième division qui permet aux vainqueurs d'accéder au Freeride World Tour et se déroule lui aussi en plusieurs étapes. Comme pour l'IFSA, les compétitions qui font partie de ces deux championnats répondent à des règles mais sont financées indépendamment. Les skieurs qui veulent participer à ces compétitions doivent s'acquitter d'une licence auprès de l'IFSA¹⁸¹ ou du FWT¹⁸². À partir de la saison 2012/2013, le Swatch Freeride World Tour, le Subaru Freeskiing World Tour et le North Face Masters of Snowboarding vont s'unir « *pour ne former qu'un seul circuit mondial* »¹⁸³.

On trouve aussi quelques événements indépendants dans les régions qui accueillent des stations de ski. Elles restent rares malgré tout, car elles sont exigeantes en

¹⁷⁹ Les règles : <http://www.freerideworldtour.com/judges.html>

¹⁸⁰ On trouve une liste fiable et assez fournie sur la page Wikipedia de l'événement : http://en.wikipedia.org/wiki/Freeride_World_Tour. J'ose citer cette source, car en vérifiant les informations trouvées, elle peut parfois s'avérer très pratique, notamment pour ce type de recherche, qui comporte peu de sources et de documents. C'est le seul site qui fait un historique et rassemble les étapes des anciens tours. Le site officiel du FWT ne contient pas ces informations. Les pages anglaises sont d'ailleurs pourvues de nombreux renvois de bas de pages qui permettent de vérifier les informations, ce qui est beaucoup moins le cas des pages françaises.

¹⁸¹ <http://www.freeskiers.org/memberships.html>

¹⁸² <http://www.freerideworldtour.com/fwq-events-contacts.html>

¹⁸³ Selon un communiqué de presse de juillet 2012 : <http://www.freerideworldtour.com/press-releases.html>

termes d'organisation, de sécurité et de conditions climatiques. Les compétitions de freestyle sont beaucoup plus nombreuses.

Les compétitions de ski freestyle

Les premières compétitions majeures de ski freestyle se déroulent au même moment que la création des premiers skis dédiés à cette pratique. La première d'entre elle est L'U.S. Freeskiing Open créé en 1998 par Mike Jaquet¹⁸⁴. Lors de cette première édition, le big-air, qui consiste en un gros kicker à partir duquel les skieurs doivent faire la meilleure figure, est remporté par le canadien J.-P. Auclair. Le Slopestyle qui est une série de kickers et de rails sur lesquels les skieurs passent tour à tour est remporté par son compatriote et partenaire chez Salomon J.-F. Cusson. L'U.S. Open accueille aussi du half-pipe et du skiercross. Ces disciplines sont toutes inspirées du skateboard et du snowboard, sports dans lesquels on retrouve les mêmes formats de compétition. C'est un sport individuel, arbitré par des juges dont le nombre diffère selon les périodes et les événements. Les premières années, l'U.S. Freeski Open va constituer la compétition la plus importante et la plus relevée du ski freestyle Newschool, avant de partager cette place avec une autre compétition majeure, les X-Games. La dernière édition de l'U.S. Freeski Open se déroulera en 2008.

En 1994 sont créés les *First Extreme Games*, dans l'état américain de Rhode Island. C'est un événement annuel qui rassemble tout d'abord en été, des sports extrêmes et des sports de glisses. Rebaptisés les X-Games en 1995 ils comportent des compétitions de BMX, de moto freestyle, de skateboard, de rally automobile, de surf, de wakeboard ou encore d'escalade. Les premières éditions comprennent même de la *street luge* (luge de rue), du saut à l'élastique et du *sky surf* (de la chute libre avec une planche de snowboard). En 1997, les premiers Winter X-Games se déroulent à Big Bear Lake en Californie. Les premières éditions accueillent du snowboard ainsi que de la moto-neige freestyle. C'est en 1999 que seront introduits des compétitions de freestyle en ski, avec du big air (gagné par J.-F. Cusson), du skiercross (gagné par Shane McConkey¹⁸⁵) et du snowblade. C'est l'année suivante que seront introduits le half-pipe et le slopestyle. On trouve aussi dans les premières années, des disciplines aujourd'hui disparues des X-

¹⁸⁴LAMPERT Henrik, « Why American have the advantage heading to Sochi 2014 », in Freeskier.com, 25/05/2012 : <http://freeskier.com/stories/why-americans-have-advantage-heading-sochi-2014>

¹⁸⁵ Resultats compilés par un internaute : http://www.justme.ws/articles_post.asp?id=2049

Games comme l'escalade sur glace, ou même la motocross freestyle sur neige. En ski, les X-Games vont rapidement s'imposer comme la compétition de freestyle newschool la plus importante au monde. Ils sont produits et organisés par le groupe de chaîne de télévision américaine ESPN. ESPN2, qui est spécialisée dans les sports extrêmes, est le principal partenaire de l'événement. Les X-Games comportent donc une chaîne officielle qui retransmet en direct à la télévision l'événement. C'est un avantage énorme pour trouver des partenaires et rentabiliser l'événement. Ainsi des marques comme Quiksilver et Oakley parrainent aussi les X-Games pour le financement et l'organisation. Ils tiennent des stands de promotion et font de la communication à travers de petits événements ou des soirées organisées en périphérie. Petit à petit le nombre de sports engagés dans les X-Games diminue mais la compétition continue à prendre de l'ampleur. En 2010, ESPN s'associe avec le français Canal + pour créer les premiers European Winter X-Games à Tignes en Savoie. Ils sont centrés sur le snowboard freestyle et le freeski (slopestyle et half-pipe, pas de big-air) et ne propose pas de moto-neige ni de skiercross¹⁸⁶. L'opérateur téléphonique SFR et le fabricant de boissons énergétiques Burn sont les principaux partenaires de cet événement. Ils se déroulent en mars, deux mois après les X-Games d'Aspen¹⁸⁷, et rassemblent eux aussi les meilleurs athlètes de la planète. Pour cela, les organisateurs délivrent des invitations aux skieurs qu'ils estiment comme étant les meilleurs. Le jury est composé aujourd'hui de professionnels et d'anciens champions de la discipline (les athlètes Mike Douglas et Sarah Burke et le directeur de Poorboyz Production, Johnny Decesare par exemple¹⁸⁸). Chaque année les X-Games proposent les meilleurs modules que l'on puisse trouver dans les compétitions internationales grâce aux moyens importants qui sont investis. Ils s'installent comme la compétition la plus prestigieuse, tant pour le ski que pour le snowboard. Ils cherchent malgré tout une nouvelle destination pour créer une nouvelle édition des summer X-Games en 2013 montrant la place de leader qu'ils ont conquis sur le plan des compétitions de glisse et de sports extrêmes.

¹⁸⁶ Le skiercross se développe en même temps que le freeski, lui aussi sur le terreau du snowboard (boardcross). Il s'agit d'une piste étroite pourvue de virages relevés et de sauts, sur laquelle s'affrontent plusieurs skieurs, le vainqueur étant le premier arrivé en bas. C'est une discipline spectaculaire et très ludique qui se rapproche de l'esprit du freeski. Ainsi les premières années, cette discipline reste proche du freeski en partageant des rendez-vous communs. Mais elle tend à se distancer en devenant un sport olympique et professionnel. Aujourd'hui dire que le skiercross est une discipline du freeski est faux car ces deux sports ne partagent pas le même public et sa technique est radicalement différente. Les X-Games, qui intègrent la discipline en 1999 ont d'ailleurs décidé de ne pas reconduire cette discipline en 2013.

¹⁸⁷ Les winter X-Games se déroulent à Aspen dans le Colorado depuis 2006.

¹⁸⁸ JERARD Christopher, *History of AFP*, in *afpworldtour.com* : <http://afpworldtour.com/afp10/about/history-of-afp/>

On trouve ensuite une multitude de compétition de moins grande envergure. Pour en trouver des exemples anciens, on peut se servir des palmarès des skieurs et de vieux numéros de magazines dans lesquels on trouve des publicités pour des événements. Il y a par exemple les Core Xtreme Games et l'Ultimate Bumps & Jumps, aux USA au début des années 2000¹⁸⁹, les Core Games qui se déroulent au Japon en 2000, le red Bull Big Air de Are en Suède, les Gravity Games, remportés par Candide Thovex en 2000, le Rip Curl Freeski aux Diableret en Suisse en 2005¹⁹⁰, ou le NZ Freeski Open qui devient l'événement freestyle le plus important de l'hémisphère sud. On y trouve parfois des compétitions de quarter-pipe (un quart de tube, face à la pente, grâce auquel les skieurs doivent aller le plus haut possible en réalisant une figure) comme lors des Core Xtreme-Games¹⁹¹. Certaines compétitions sont aussi centrées sur les rails comme lors du Mondial du Ski qui est organisé aux Deux Alpes en Isère à partir de la fin des années 1990. En 2005 la marque canadienne Orage et la station suisse de Laax créent l'Orage European Freeskiing Open qui va s'installer comme la compétition la plus importante du vieux continent en proposant du slopestyle et du half-pipe. Elle attire certains des grands noms de la planète mais fait aussi office de tremplin pour la jeune génération du freestyle. Petit à petit, les stations s'équipent de snowparks et accueillent par la même occasion des compétitions de freestyle qui servent à la communication. Les freeskiers et les snowboarders commencent même à partager des big-air urbains, d'énormes tremplins constitués d'échafaudages et de neige, installés au cœur même des villes. On peut citer aujourd'hui le Freestyle.Ch à Zurich en Suisse qui accueille des skieurs à partir des années 2000 ou les Jeux de Neige qui ont eu lieu à Grenoble en 2009. Le Kumi Yama, en juillet sur le glacier des Deux Alpes depuis 2008, se court quant à lui par équipes de trois. Il y a aussi les *invitationals* des événements organisés autour d'un snowpark par un champion du freestyle. Ainsi on peut citer le Candide Invitational entre 2004 et 2008 à la Clusaz ou le Jon Olsson Invitational (à Are en Suède depuis 2005) et la Jon Olsson Super Session (au même endroit depuis 2007). Toutes ces compétitions fleurissent et disparaissent très rapidement et il est donc très difficile de se renseigner sur celles-ci ou d'en faire une liste. On note tout de même qu'elles sont en général, organisées par les stations ou des agences spécialisées¹⁹². Comme on l'a vu pour le freeride, les équipementiers et différents sponsors des skieurs organisent aussi des événements, souvent à leur nom comme le SFR Tour qui est le championnat le plus prestigieux

¹⁸⁹ Présent au palmarès de Tanner Hall : <http://armadaskis.com/team/pro/tanner-hall/>

¹⁹⁰ Publicité pour l'événement dans *Weski*, n°1, Le Bourget-Du-Lac, Freepresse, oct/nov/dec 2005, p.73.

¹⁹¹ Présent au palmarès de Tanner Hall également.

¹⁹² L'agence Like That de Gaylord Pedretti en France, par exemple.

organisé en France aujourd'hui. Les grandes marques de skis¹⁹³ sont d'ailleurs réunies dans la FIFAS, un syndicat professionnel qui rassemble des industriels du sport. Ils prennent des décisions en commun, comme celle de mettre fin en 2009 au Mondial du Ski et aux tests de matériel à l'intention du grand public, qui se déroulaient aux Deux Alpes durant le mois d'octobre depuis plus de dix ans¹⁹⁴. Les marques de boissons énergisantes sont aujourd'hui les principaux mécènes et organisateurs d'événements estampillés freeski. Organisé depuis 2005 par les boissons *Mountain Dew* et le spécialiste de l'événement de sport américain Alli Sports¹⁹⁵, la Dew Cup Champions accueille aux Etats-Unis des compétitions de BMX et de Skateboard¹⁹⁶. Lors de la saison 2008/2009 est inauguré le première Winter Dew Cup Champions. Appelé *Dew Tour* elle se déroule aux USA et au Canada, en trois étapes et devient ainsi la coupe la plus prisée par les meilleurs freestylers en half-pipe et slopestyle. On note par exemple que Kevin Rolland qui domine le ski half-pipe en 2010 et 2011 ne participe qu'au Dew Tour et aux X-Games. Red Bull, un autre fabricant de boissons énergisantes, crée en 2010 la première compétition de freestyle backcountry, le Red Bull Linecatcher, à Vars en France. La discipline est très spectaculaire, se déroulant sur une face hors-piste, parcourue de barres rocheuses sur le dessus desquels ont été taillés des kickers. Il s'agit d'effectuer les plus belles figures au-dessus des différentes barres. Elle est réservée aux meilleurs skieurs de la discipline. La même année a lieu une compétition du même type, en Argentine, le Red Bull Cold Rush.

En 2007 est lancée l'*Association of Freeskiing Professionals*, qui va jouer le même rôle que l'IFSA en freeride. Les fondateurs sont les américains Christopher Jerard (l'éditeur du magazine américain *Freeskier*), Chris Schuster (alors responsable des invitations pour les X-Games¹⁹⁷), Michael Spencer (un agent de freeskiers, venant de la compagnie EgoSports Management) et Josh Loubek. Christopher Jerard explique dans l'histoire de l'AFP proposée sur son site que c'est en votant pour délivrer des invitations pour les X-Games qu'ils inventent un système de point pour classer les skieurs. «*Le fait est que personne ne pouvait répondre à la question : « comment un skieur peut t'il*

¹⁹³ Atomic, Blizzard, Dynamic, Dynastar, Elan, Fischer, Head, K2, Kästle, Nordica, Rossignol, Roxy (Quiksilver), Salomon, Scott, Volkl.

¹⁹⁴ BELLUARD Laurent, «*Plus de mondial du ski aux Deux Alpes en 2009!*», in skieur.com, 29 avril 2009 : <http://www.skieur.com/actu-plus-mondial-ski-aux-2-alpes-2009>

¹⁹⁵ <http://www.allisports.com/>

¹⁹⁶ On trouve des informations très concises sur les premières années du Dew Tour sur sa page facebook : <https://www.facebook.com/dewtour/info>. Il n'y en a pas sur le site internet.

¹⁹⁷ JERARD Christopher, *History of AFP*, in afpworldtour.com : <http://afpworldtour.com/afp10/about/history-of-afp/>

participer aux X-Games? »¹⁹⁸, explique t'il et c'est donc en 2007 qu'est officiellement lancée l'AFP. Elle a pour but d'être un outil de reconnaissance du statut de professionnel des athlètes, de faire entendre ce qu'ils ont à dire et de promouvoir des compétitions en phase avec le désir des skieurs. C'est le besoin d'institutionnaliser un sport qui se développe loin de toute fédération qui se fait alors sentir. L'AFP forme des juges pour élargir leur nombre et les rassembler sous une même «*philosophie*» de jugement¹⁹⁹. C'est ce qui va servir à l'établissement du premier et unique classement par points des skieurs et skieuses freestyle, ceux qui sont licenciés auprès de l'AFP. L'association décerne chaque année un titre de champion du monde au général et par discipline (half-pipe, slopestyle, big air) qui reste malgré tout moins courru qu'une victoire aux X-Games mais permet de participer à de très nombreuses compétitions. L'AFP délivre donc un label à certaines compétitions, celles qui vont compter pour le classement général. Durant la saison 2011/2012 l'AFP World Tour comportait 66 compétitions, visibles sur le calendrier édité sur le site de l'association²⁰⁰. On y trouve toutes les compétitions majeures du ski freestyle dans le monde (X-Games, North Face New Zealand Freeski Open, Swiss Freeski Open, Dew Tour, SFR Freeski Tour...). Ces événements se déroulent aux USA, au Canada, en Suisse, en France, en Nouvelle Zélande, en Finlande, en Pologne, en Hongrie, en Suède, en Autriche et en Grande Bretagne (dans des complexe de ski indoor). Dès sa fondation, l'AFP est soutenu financièrement par la marque de vêtements et de grande distribution Target. Elle compte d'autres sponsors qu'elle classe par ordre d'importance entre «*gold partners* » (Atomic, Poc et Under Armour), «*silver partners* » (Coreupt) et supporters (Nike, Oakley, Salomon, Smith Otics, Nordica, Scott, GoPro et Head)²⁰¹.

En étudiant ces compétitions, on peu noter que les fédérations nationales et internationales de ski sont absentes. Durant la saison 2009/2010, la Fédération Internationale de Ski (FIS) organise la première coupe du monde de Half-Pipe composée de qualifications et de finales, récompensées par un globe de cristal, comme en ski alpin. Malgré tout, elle constituera surtout un tremplin pour la jeune génération, bénéficiant de moyens nettement moins importants que les X-Games ou le Dew Tour. Les dimensions et la qualité du half-pipe sont nettement moindres et elle sera abandonnée en 2011 après

¹⁹⁸ The fact was, no one could answer the question of, "HOW DOES A SKIER GET INTO THE X GAMES?"

¹⁹⁹ JERARD Christopher, *History of AFP*, in *afpworldtour.com* : <http://afpworldtour.com/afp10/about/history-of-afp/>

²⁰⁰ <http://afpworldtour.com/afp10/afp-world-tour/>

²⁰¹ <http://afpworldtour.com/afp10/partners/>

son deuxième exercice seulement²⁰². Le mois de janvier 2012 est le théâtre de la première coupe du monde de slopestyle FIS, à Jyväskylä en Finlande. Ici aussi, les modules sont de moins bonne qualité qu'aux X-Games²⁰³ et ne figurent pas sur la ligne de départ les meilleurs de la discipline. La FIS relance une coupe du monde de half-pipe pour la saison 2012/2013. Elle va servir à établir un classement FIS qui permettra de délivrer les premières invitations pour le half-pipe des Jeux Olympiques de Sotchi en 2014. Le CIO semble ainsi s'engager dans une politique d'insertion de nouveaux sports pour rajeunir son image, ce qui va profiter au ski freestyle. En France, la coupe de France de Half Pipe est lancée en 2010. Elle fait aussi fonction de tremplin pour les jeunes et ne compte pas les meilleurs français. On comprend donc que les fédérations restent relativement éloignées du ski freestyle et elle ne fait pas du tout mention du ski freeride. Le freeki s'est donc créé indépendamment.

Les récompenses financières des compétitions les plus importantes sont relativement élevées. Quel que soit le pays, elle est toujours exprimée en dollars. Une victoire au half-pipe des X-Games rapporte aujourd'hui 25 000 dollars. Les événements les plus prestigieux, classés Gold par l'AFP, affichent en général 20 000 dollars de *prize-money*. Les victoires lors d'événements régionaux comme le SFR Tour en France rapportent autour de 5000 euros. En Freeride, une victoire sur le Swatch Freeride World Tour rapporte 45 000 dollars²⁰⁴. Les skieurs qui complètent les podiums sont aussi rémunérés. Il est difficile de trouver des informations claires sur ces récompenses mais il semble qu'elles soient en perpétuelle augmentation depuis les débuts. Il est aussi à noter que c'est seulement à partir de 2009 que les femmes et les hommes toucheront les mêmes récompenses²⁰⁵. Un article du site du Dauphiné Libéré de 2010 évalue à 800 000 dollars « *le revenu annuel approximatif des meilleurs skieurs freestyle du monde* »²⁰⁶. Cette estimation semble pertinente pour seulement quelques freestylers, les plus grandes stars américaines (Simon Dumont et Tanner Hall) et ceux qui gagnent les X-Games en half-pipe et en slope-style notamment (Tom Wallisch ou Kevin Rolland depuis 2010). Malgré tout, les champions sont très jeunes (entre 15 et 25 ans aux X-Games en général) et leur carrière au plus haut niveau est très courte. Leurs rémunérations doivent donc

²⁰² Un reportage sur les qualifications en mars 2011 : <http://www.skipass.com/news/62907-coupe-du-monde-half-pipe-les-quali.html>

²⁰³ Des photos de l'événement sur ce reportage de Skipass : <http://www.skipass.com/news/74167-slopestyle-coupe-du-monde-jyvaskyl.html>

²⁰⁴ <http://www.skiinfo.fr/news/finale-du-freeride-world-tour-2012-a%CC%80-104-fr-182237.jhtml>

²⁰⁵ www.newschoolers.com/readnews/2311.0/ESPN-X-Games-Announces-Equal-Prize-Money-for-Men-and-Women

²⁰⁶ http://www2.ledauphine.com/ledauphine.com/imprim_article.jspz?article_id=274485

beaucoup fluctuer. Il faut ajouter qu'il est très difficile de connaître le montant des rémunérations des freestylers et des freeriders par leurs multiples sponsors ou les entreprises qu'ils ont pu créer. Il semble aussi que les situations diffèrent selon les pays. Jon Olsson est par exemple l'un des sportifs les mieux payés en Suède, il vit à Monaco et il aime à se montrer au volant des voitures de sport les plus chères, surmontées d'un coffre de toit pour ranger les skis²⁰⁷. Nous ne nous risquons pas à établir une estimation hasardeuse, mais il semble tout de même que seule une minorité de skieurs, ceux qui dominent la discipline par leurs victoires aux X-Games, multiplient les sponsors et touchent des commissions grâce aux pro-modèles créés par leurs parrains sont très largement rémunérés. Il semble aussi que la multiplication des compétitions et des enjeux financiers dans le freeski, a poussé le freeski à rapidement évoluer vers un sport professionnel de plus en plus exigeant. Aujourd'hui les meilleurs freestyler qui tournent en compétition ont un entraîneur qu'ils rémunèrent eux-mêmes²⁰⁸. Certains sont aussi représentés par des agents. Ils parcourent le monde en suivant l'hiver pour parfaire leur entraînement et participer à des compétitions ou des tournages de films.

Mais ces skieurs participent aussi à l'écriture d'une histoire qui alimente un autre aspect fondamental du freeski, sa culture.

²⁰⁷ Un exemple sur son site : <http://jon-olsson.com/?p=8868>

²⁰⁸ Greg Guenet, l'entraîneur de Kevin Rolland, Xavier Bertoni, Thomas Krief et Benoit Valentin.

Chapitre 4 : La culture du freeski

Section 1 : Une philosophie qui s'éloigne de celle du ski alpin

Le freeski va se construire dans les premiers temps sur l'opposition avec la culture du ski alpin. Selon Mike Douglas qui est aujourd'hui l'une des plus grandes figures du freeski : « *Dans les années 1990, le ski s'étouffait. Le freestyle de la FIS était chiant et pas du tout créatif. Ce que faisait les gars en big mountain était bien plus intéressant, mais c'était très élitiste, inaccessible au skieur moyen.* »²⁰⁹. Le ski semble donc souffrir d'un manque de renouvellement. Il est centré sur les compétitions, les chronomètres, les performances et les débuts d'un freeride encore balbutiant montrent un désir de s'émanciper des lourdes règles des fédérations et du poids du conservatisme des grands industriels. Interrogé sur la progression du freestyle depuis sa création, Mike Douglas explique ainsi : « *Au début, ma plus grande peur était que la FIS essaye de contrôler le freestyle et le tue avec ses règles. On a gagné la bataille il y a longtemps et maintenant le freestyle est suffisamment fort pour marcher tout seul* ». Si ces propos peuvent paraître rudes, Mike Douglas n'est pas le seul à expliquer cet éloignement, pour ne pas dire cette opposition avec le ski alpin traditionnel. Dans le même magazine, son ami Vincent Dorion explique que le freestyle newschool est né « *à cause d'un certain manque dans le ski* ». Même Henri Authier, l'un des pères du ski acrobatique explique : « *Les règles savamment étudiées par la FIS ont tué le ski parce qu'elles ont étouffées toute créativité* »²¹⁰. Il règne pendant longtemps une sorte d'incompréhension de la part des skieurs alpins vis-à-vis de ces nouveaux pratiquant du ski. Dans le même numéro, Fabien Maierhofer s'adonne à un exercice d'auto-interview et l'une de ses question est : « *Ta réaction au manque d'ouverture d'esprit des représentants du ski alpin? (Rien ne sert d'être con, d'autres s'en chargent)* ». Il répond en expliquant que le freeski demande lui aussi énormément de travail contrairement à ceux que pensent les grandes instances du ski alpin. Fabien

²⁰⁹ Interview de Mike Douglas dans Weski : JACCOUX Camille, *Carte Vermeil*, in Weski n°07, fev/mars 2007, p.134.

²¹⁰ Cité dans : EULALIE CC.C, *Once upon a time : le ski freestyle... ?* In WESKI, n°2, freepresse, Le Bourget du Lac, dec/jan/fev 2005/2006, p.56.

Cattaneo explique dans une interview en 2005. « *J'ai démissionné de mon poste d'entraîneur au printemps car j'en avais un peu marre de me taper la tête contre les murs avec les politiques. Par rapport au développement du freestyle par la FFS, je pense que s'il n'y avait pas les enjeux personnels et les querelles des disciplines, la fédé pourrait faire du bon boulot. Malheureusement, une fédé sans tout cela n'est plus une fédé.* ». Il manque clairement un côté ludique et libre dans le ski des années 1990 où règnent la culture de la performance et de la technicité. Les skis restent rigides et difficiles à prendre en main et les lourdes fédérations peinent à renouveler leur image, engluées dans des considérations politiques. Il y a donc un désir visible d'émancipation chez une partie des skieurs des années 1990, ceux qui inventeront le freeski. Ils sont principalement jeunes, originaires des stations de sports d'hiver et souvent fils et filles de skieurs et de moniteurs. Ils sont donc habitués à la pratique du ski depuis leur plus jeune âge²¹¹ mais ils développent à l'adolescence et au passage à l'âge adulte une autre vision de ce que peut être le ski.

Dans les années 1980 et 1990, on voit apparaître des skieurs qui font du freeride ou du monoski avec un esprit plus ouvert, plus libre que celui du ski alpin. C'est aussi la période de l'invention des snowblades ou des mini-skis qui confèrent une maniabilité accrue et permettent notamment de faire des sauts, ce qui contribue à apporter un côté plus ludique au ski. Le monoski a aujourd'hui presque totalement disparu et très rares sont les marques qui en produisent encore. Malgré tout son rôle est primordial puisqu'à la toute fin du XXe siècle, il permet l'émergence d'une culture qui se démarque rapidement de celle du ski alpin, grâce au goût pour des vêtements fluorescents et à un intérêt affirmé pour les sauts, la poudreuse et les images. *Apocalypse Snow*, le film de Didier Lafond de 1983 tourné aux Arcs en Savoie est un très bon exemple de cette nouvelle culture qui se développe. Il est un véritable OVNI télévisuel à l'époque de sa sortie en VHS. Mais *Apocalypse Snow* est aussi la révélation du phénomène snowboard, avec Régis Rolland, pionnier du snowboard en France. D'abord orienté freeride, avec des planches en queue de pie, comme dans le film que nous venons de citer, le snowboard développe par la suite l'esprit freestyle et attire un public de jeunes de plus en plus nombreux, prenant nettement le pas sur le snowboard alpin. Dans les années 1990 « *the ski industry was going down very fast. Virtually, anyone under 25 was going straight to the snowboard* » explique ainsi Mike Douglas²¹². Le snowboard freestyle apporte de nouvelles techniques et une nouvelle vision du ski axée sur les notions de liberté et de style loin des fédérations et de l'esprit de

²¹¹ Il suffit de lire les biographies que l'on trouve sur internet des premiers freeskiers pour s'en rendre compte.

²¹² Salomon freeski TV, Saison 1, « 1080 History » : <http://www.youtube.com/watch?v=AKkyygSGa0U>

compétitions. Il privilégie la poudreuse et les sauts aux pistes damées et aux antiques piquets de slalom. Le snowboard freestyle et freeride est d'ailleurs assez mal accueilli par les skieurs alpins et par les fédérations de skis qui tardent à l'accepter comme une véritable discipline. Il n'existe d'ailleurs toujours pas de fédération française de snowboard et celui-ci est sous représenté au sein de la fédération française de ski. Aujourd'hui encore, les moniteurs qui souhaitent enseigner cette pratique doivent en effet passer par le Brevet d'Etat de ski alpin qui comporte une partie de snowboard. Mais le snowboard plait aux jeunes et aux premiers freeskiers qui sont inspirés par les premiers freestylers professionnels. Dans un reportage diffusé en 2007 dans le magazine culturel de la chaîne télévisé franco-allemande Arte et nommé « *Switch Ski* », Dimitri Charrière explique : « *On s'est inspiré des lignes des snowboarders qui pour nous étaient un peu plus innovantes.* »²¹³. Mike Douglas explique aussi que le snowboard avait toute une « *énergie* » que le ski n'avait pas²¹⁴. Pour Candide Thovex, si le « *ski freestyle existe aujourd'hui, c'est grâce au snowboard* »²¹⁵. Les freeskiers s'immiscent donc dans cette culture nouvelle, et sont « *rattrapés dans ce qui est devenu un style de vie, comme les snowboarders* »²¹⁶. Les premiers freestylers se mettent à la vidéo puis attirent des sponsors (souvent les même que ceux déjà présents en snowboard) libérés de l'esprit de compétition et des règles des fédérations. Ils s'inspirent aussi largement des autres sports de glisses.

Section 2 : Les apports de la culture des sports de glisse

Le snowboard puis le freeski entretiennent les valeurs de la culture de la glisse ou de la Board Culture²¹⁷ développée par tout un univers d'industriel, de journaux et de

²¹³ http://www.dailymotion.com/video/x4my5g_exclu-www-tracks-fluo-net-switch-s_news

²¹⁴ Salomon freeski TV, Saison 1, « 1080 History » : <http://www.youtube.com/watch?v=AKkyygSGa0U>

²¹⁵ JACCOUX Antoine, *Candide*, in Weski, n°3, Freepress, le Bourget du Lac, jan/fev/mars 2006, p.32.

²¹⁶ « Switch Ski », in Tracks, Arte, 2007 : http://www.dailymotion.com/video/x4my5g_exclu-www-tracks-fluo-net-switch-s_news

²¹⁷ Dont un internaute a dressé un portrait très intéressant sur Wikipedia.

sportifs professionnels et amateurs. *« Je crois que tous les sports de glisse sont des sports qui vous mettent en harmonie avec la nature et en harmonie avec vous-même. C'est-à-dire que plutôt que de se battre contre quelqu'un, ou une équipe contre l'autre, on essaye, non pas de se battre avec les éléments, mais d'être complice avec les éléments. Toutes ces relations intimes avec la nature, avec la force de l'océan, avec la force de la montagne, avec la force des vents, vous conduisent à une certaine complicité, je dirais à une sorte de partenariat avec la nature. »* Cette citation que l'on retrouve un peu partout sur le net, est attribuée à Joël de Rosnay, biologiste et spécialiste de la symbiose mais aussi pionnier du surf. Il est difficile d'authentifier cette citation mais on peut tout de même dire qu'elle est une bonne définition de l'esprit de la culture glisse. Les trois principaux sports de glisses sont le surf, le skateboard et le snowboard. Ces trois sports sont pratiqués sur une planche²¹⁸, le corps de profil. Ils se rapprochent donc techniquement mais aussi philosophiquement avec une culture de l'image, du style, de l'esthétique et du spectaculaire, très forte. Pour le grand public comme pour les pratiquants, ces disciplines ne sont pas seulement des sports de compétition car ils se développent aussi à travers la photo et la vidéo. Ce sont des sports qui se veulent libres, inventant les termes de *freestyle* et *freeride*. Ils représentent une nouvelle façon de vivre le sport. Ils adoptent donc une véritable culture et ainsi *« Pour plus de la moitié des jeunes interrogés (50,9%) avant d'être un sport ou un loisir, le skate est d'abord une façon de vivre »*²¹⁹. Être surfeur, skateboarder ou snowboarder, c'est donc aussi adopter un style de vie tourné vers sa passion et se donner un style vestimentaire particulier. *« Dans la tradition « beatnik », le surfeur des années 1960-1970 traînait éternellement en jean délavé (éventuellement troué et sale) ou en short pour signifier son refus du conformisme »*²²⁰. Aujourd'hui les codes vestimentaires sont édictés par des équipementiers spécialisés dont certains sont devenus de véritables multinationales présentes dans le monde entier (Quiksilver, Rip Curl, Billabong, Oxbow, Volcom...). Les vêtements amples, les jeans et bermudas taille (très) basse, les chaussures de skate, les shorts de surf colorés ou les sweats à capuches, arborés par les skateurs et les surfeurs, sont même devenus des standards de la mode pour la jeunesse du monde entier et plus seulement auprès des pratiquants de sports de glisse. Sur la neige et dans la vie de tous les jours, les freeskiers et les

²¹⁸ Souvent appelée « board », sa traduction anglaise et ce, même par les français.

²¹⁹ FIZE M., TOUCHE M., *Le skate : la fureur de faire*, Lion-sur-mer, Edition Arcane-Beaunieux, 1992, p.61.

²²⁰ LACROIX G. « *Le look fun et ses enjeux* », in *Géopolitique du sport*, acte du colloque, Besançon, 23-24 mars 1990. p 61. Cité dans CRETIN Sébastien, *La transmission des savoirs du skateboard à l'épreuve des nouvelles technologies de l'information et de la communication*, thèse de sociologie, co-dir. JACQUES-JOUVENOT Dominique et VIEILLE-MARCHISET Gilles, Université de Franche-Comté, Ecole doctorale « Langage, espace, temps, société », 2007.

snowboarders se sont appropriés ces codes en adoptant des vêtements larges et colorés qui rappellent ceux du skateboard. Les sports de glisse se sont donc inventés une réelle identité culturelle au travers de ces codes vestimentaires.

Les sports de glisse ont aussi inventé un langage, souvent issu de l'argot américain. Celui-ci a défini les figures, les modules et les techniques mais il est aussi un moyen de rassembler les pratiquants sous une même identité de groupe. Ce sont de véritables marqueurs culturels. Pour Sébastien Cretin, « *les skateurs maîtrisant ce langage semblent prouver aux autres pratiquants leur connaissance de l'activité, et ainsi créer une communauté relativement fermée* »²²¹. Le freeski a rapidement adopté les termes utilisés par les snowboarders, les surfeurs et les skateurs (*ride, half-pipe, slopestyle freestyle, freeride, rail, switch, cork, grab...*).

La musique est aussi très présente dans l'univers de la glisse, principalement grâce aux vidéos qui sont systématiquement agrémentées de bandes son musicales. Rock, métal, reggae, hip-hop, musique électronique, tous ces styles très à la mode chez les adolescents, se succèdent et se côtoient dans le cœur des glisseurs et participent au marquage culturel du groupe. Les événements de skate, de snowboard, de surf et de freeski sont d'ailleurs souvent accompagnés de concerts et de soirées animées par des DJ reconnus. Il faut noter que lors des X-Games, ce sont les *riders* eux-mêmes qui choisissent la chanson qui sera diffusée par de puissantes enceintes lors de leur passage sur les modules.

On peut estimer que le snowboard est une adaptation du skateboard sur la neige. Les modules que l'on retrouve sur les snowparks sont largement inspirés par ceux des skateparks dont l'Histoire est plus ancienne (Ils apparaissent dans les années 1970)²²². Mais le skateboard a aussi apporté les codes de la culture urbaine au snowboard puisque les premiers à glisser sur des rambardes d'escaliers et à s'amuser avec le mobilier urbain sont les skateboarders. Le snowboard freestyle investit aussi ce terrain de jeu ainsi que les marqueurs de la « *street culture* » américaine, un peu rebelle, proche du hip-hop et du graffiti. Au moment de sa création, le freeski va lui aussi intégrer ce phénomène et ces codes culturels que l'on retrouve aujourd'hui en masse dans les vidéos. Un article des *Annales de la recherche urbaine* explique aussi que les skateurs font preuve « d'un refus

²²¹ CRETIN Sébastien, *La transmission des savoirs du skateboard à l'épreuve des nouvelles technologies de l'information et de la communication*, thèse de sociologie, co-dir. JACQUES-JOUVENOT Dominique et VIEILLE-MARCHISET Gilles, Université de Franche-Comté, Ecole doctorale « Langage, espace, temps, société », 2007, p.107.

²²² CRETIN Sébastien, *La transmission des savoirs du skateboard à l'épreuve des nouvelles technologies de l'information et de la communication*, thèse de sociologie, co-dir. JACQUES-JOUVENOT Dominique et VIEILLE-MARCHISET Gilles, Université de Franche-Comté, Ecole doctorale « Langage, espace, temps, société », 2007.

de l'organisation sportive traditionnelle (fédération, club, encadrement, convocation, hiérarchisation...) et des contraintes sportives (règles, arbitrage, sanctions des fautes, évaluation...), d'un rejet des marques d'appartenance à la communauté sportive (licences, couleurs du club, fréquentation des vestiaires, du bar du club, participation aux fêtes du club), et d'une désaffection des équipements sportifs traditionnels qui peut même devenir du vandalisme contre ces derniers. »²²³. Si ceci peut paraître un peu caricatural aujourd'hui, cela représente le fait que la culture des sports de glisse a toujours pris soin de s'opposer à celle des sports traditionnels, ce qui est le cas, comme nous l'avons vu plus haut, du freeski. Cela peut s'expliquer par la jeunesse des pratiquants mais aussi par la rigidité de l'organisation des autres sports.

Aujourd'hui, les sports comme le BMX, le roller, le wakeboard, le kite-surf, le snow-kite, la trottinette freestyle et bien d'autres font tous partie intégrante de cette nouvelle culture sportive, au même titre que le freeski. La culture freeski est donc née d'un divorce avec le ski alpin traditionnel et d'un rapprochement avec l'esprit du snowboard freestyle et freeride ainsi que de l'ensemble des sports de glisses. Le freeski va s'approprier ces codes et se construire peu à peu une identité propre. Il va se doter de repères culturels et historiques pour affirmer sa place au sein des sports de glisse.

Section 3 : La création d'une identité de groupe autour du freeski

Des codes culturels

La cohabitation des freeskiers avec les snowboarders est aujourd'hui largement acceptée, mais cela n'a pas toujours été le cas... Dans le reportage d'Arte en 2007, Mickael Deschenaux explique : « *Il y a quinze ans, quand j'ai commencé à aller skier dans les parks*²²⁴ (...) *on se faisait gueuler dessus, les gars disaient "on ne veut pas de skieurs dans notre park"*. » Lorsqu'il interviewe Candide Thovex en 2006, Antoine Jaccoux de Weski pose la question : « *Pas de rancune contre les snowboarders qui gerbent sur le ski*

²²³ BASSON, J.-C., SMITH A., « *La socialisation par le sport : revers et contre-pied. Les représentations sociales du sport de rue* », in *Les annales de la recherche urbaine*, n°79, 1998.

²²⁴ Diminutif de snowpark largement utilisé.

? ». Ainsi, aux origines du freeski, il y avait des vraies tensions entre les deux sports, les snowboarders estimant que le ski freestyle n'était qu'une pâle copie de leur pratique. Cette opposition s'est largement atténuée, même si on trouve encore des snowparks aux États-Unis dans lesquels les skieurs ne sont pas du tout les bienvenus, comme le témoigne une vidéo de Sammy Carlson publiée en 2011 sur Internet et qui repose sur son exploit : avoir été accepté par des snowboarders au Snowboard Super Park 15 de Mont Bachelor aux USA²²⁵. La culture du freeski a donc développée sa propre identité, parallèlement à celle du snowboard.

Le style vestimentaire est très étudié par les freeskiers. On remarque que dès les années 1980, dans les films de ski extrême, les freeskiers arborent des tenues hautes en couleurs, qui présentent un certain atout pour les photographies et les vidéos. Par ailleurs, c'est aussi un moyen de se différencier de la masse des skieurs alpins. Rapidement, les combinaisons fluos deviennent *ringardes*, les vestes et les pantalons sont plus longs et plus larges. Les marques préexistantes et les nouvelles entreprises spécialisées impulsent et font évoluer ces modes. Les grandes stars du freeski participent aussi à la codification vestimentaire en signant des pro-modèles chez leurs équipementiers ou en arborant un style original. On remarque aussi que se forment plusieurs courants de style différent au fur et à mesure des années. Dans les premiers temps, c'est surtout la coupe et la couleur des vêtements qui se différencient de ce que l'on peut trouver dans la mode vestimentaire du ski alpin. Puis, à partir de 2005, sous l'influence des modes urbaines, de la « street wear » américaine, inspirée du skateboard, du basket et du hip-hop, certains freestylers se mettent à porter leurs pantalons presque sur les genoux et sont adeptes des *Tall-T*, des t-shirts et des vestes qui descendent jusqu'aux genoux²²⁶. On trouve aussi des skieurs adeptes de la mode vestimentaire lancée par le groupe de pop-rock anglais des années 2000, qui popularisent le jean slim (un jean taille basse très près du corps) et remettent au goût du jour les chemises à carreaux. Elle tend même à prendre aujourd'hui le pas sur la mode hip-hop, les marques revenant à des coupes plus étroites. On peut citer comme exemples Paco Garcia, Blake Nyman ou Jossie Wells. Les freeriders, souvent un peu plus âgés, sont moins influencés par ces évolutions. Ils gardent des vêtements colorés mais leur style évolue moins, contraint par les besoins de leur pratique.

La musique est aussi un marqueur culturel important pour les freeskiers et on distingue là aussi plusieurs courants. D'abord, le rock et le métal sont les styles musicaux prédominants largement les vidéos des premières années de ski extrême, puis de freeride

²²⁵ <http://www.zapiks.fr/sammy-carlson-snowboard-supe.html>

²²⁶ Voir les vidéos de Phil Casabon et Henrik Harlaut et les vêtements de la marque Saga.

et freestyle. L'univers graphique très particulier des skis de freestyle et de freeride de la marque américaine K2 s'est d'ailleurs beaucoup inspiré de celui du métal. Ces skis ont des noms évocateurs (Seth Vicious²²⁷, Seth Pistols, HellBent) et sont couverts de scènes macabres. Puis, c'est le reggae qui fait son apparition dans les bandes originales du début des années 2000. Candide Thovex lance à partir de 2001 une série de films sous le nom de *Rastafaride*. On le voit skier sur des chansons de reggae, habillé tout de vert-jaune-rouge, l'association de couleurs qui représentent le mouvement Rastafari. Lors du *Candide Invitational*, le reggae est à l'honneur avec des concerts de Lyricson par exemple. À la même époque, Tanner Hall affirme également son goût pour le reggae et fait des trois couleurs son emblème que l'on retrouvera sur tous les pro-modèles (skis, masques, gants, vêtements, sacs...) que ses sponsors lui ont créés. L'univers graphique des marques s'approprie les codes du reggae, comme on peut le voir sur les skis de freestyle Joystick de Movement, qui arborent les trois couleurs et le drapeau jamaïcain à partir de 2005.²²⁸ Plus tard, à partir du milieu des années 2000, le hip-hop est à nouveau à la mode. Il résonne dans un bon nombre de vidéos. Les skieurs américains comme Simon Dumont ou Sammy Carlson par exemple, revendiquent leurs goûts pour cette musique et sa culture. En 2005, le numéro zéro du magazine Weski propose une interview axée sur les goûts musicaux de Fabien Maierhofer et Anthony Boronowski, deux amoureux du rock métal. La première question montre l'importance grandissante du hip-hop dans le milieu : « *Bon, messieurs, aujourd'hui, nous souhaitons un bilan, une analyse, bref un truc intelligent en 2005 à l'heure de la Ivie Attitude sur la culture hip-hop dans le freestyle. Vous pensez quoi de tout ça, dudes?* ». Le freeski a donc largement recyclé les codes du hip-hop américain. Les vidéos des skieurs Phil Casabon et Henrik Harlaut sont pleines de références à ce mouvement, et notamment aux rappers New-Yorkais du Wu-Tang Clan. Dernièrement, c'est la musique électronique et sa variante, la dub-step, qui ont envahi les vidéos de freeski, comme celles de l'ensemble des sports de glisse.

Les interviews des freeskiers comportent souvent des questions sur les goûts musicaux et les bandes originales sur lesquelles sont montées les vidéos revêtent une importance toute particulière. Enfin, il faut noter que des marques comme *Skull Candy* et *Wesc* ont créé des casques pour écouter de la musique : ils sont devenus de vrais accessoires de mode pour beaucoup de freestylers, dont ils ne peuvent plus se passer.

Cette culture est diffusée via des médias nouveaux qui se spécialisent dans le freeski.

²²⁷ En référence au bassiste du groupe Sex Pistols.

²²⁸ <http://www.freeride.co.uk/gear/skis/2005/movement/joystick.html>

Des médias vecteurs de la culture du freeski

La culture freeski est diffusée grâce à différents moyens de communication. Les magazines jouent dans les premiers temps un rôle prépondérant. Dès 1971, l'américain Powder Magazine met à l'honneur le ski extrême puis le ski freeride et freestyle. Viennent ensuite Freeze Magazine (créé en 1996, arrêté en 2004) puis Freeskier Magazine, édité aux États-Unis depuis 1998. En France, le magazine annuel Fluid, propose depuis 1980 un recueil de photo de freeride et de freestyle. Les éditions Freepresse, basées au Bourget-du-Lac, en Savoie, proposent aussi depuis 2005 le magazine Weski ainsi qu'un trimestriel gratuit nommé Skitime. Les éditions Nivéäl éditent quant à elles Skieur Magazine depuis 1992, dans lequel le freeski occupe de plus en plus de place. À tous ces exemples de magazines spécialisés, s'ajoutent ceux qui traitent des sports de glisse en général et qui s'attardent parfois sur le freeski. Tous ces journaux constituent des vecteurs primordiaux de la culture du freeski et sont donc très intéressants à étudier a posteriori. Ils compilent des interviews de skieurs et d'autres professionnels du milieu, des reportages photos, des essais et des revues de matériel, ainsi que d'autres articles sur des événements, des films ou des évolutions marquantes dans l'univers du freeski. Ils hébergent des publicités pour les équipementiers qui ont investi le marché. Ces magazines s'adressent à un jeune public : ils utilisent donc largement le jargon dédié à ce sport. Weski est à ce titre un journal très décalé, volontairement humoristique et très porté sur l'image. Créé par des freeskiers professionnels (Fabien Maierhofer et Julien Regnier), il constitue un aperçu très intéressant d'un pan de la culture du freeski.

Dès le début des années 2000, Internet devient le moyen de communication et de rassemblement essentiel du freeski. Des sites web spécialisés et indépendants sont créés, comme Newschoolers.com en Amérique du Nord, Skipass.com en France, Downdays.eu pour l'Europe ou Freeride.cz pour la République Tchèque. Ces sites sont devenus les principaux diffuseurs de l'actualité et de la culture du freeski en ouvrant des forums de discussion, en hébergeant des vidéos et en faisant un travail journalistique. Ils fournissent aussi des informations pratiques aux utilisateurs comme des tests de matériel, des prévisions météorologiques, des webcams branchées aux pieds des stations de ski²²⁹ ou des revues de stations et de snowparks. Ces sites sont très fréquentés et permettent un lien quotidien de l'amateur de freeski avec son univers. D'autres sites affiliés à des

²²⁹ <http://www.skipass.com/webcams/>

marques, des magazines ou des boîtes de production hébergent aussi des forums et des vidéos et sont eux aussi très fréquentés, comme Tétongravity.com (site de la boîte de production du même nom), Salomonfreeski.com (du fabricant de ski Salomon), Powdermagazine.com, skieur.com ou Freeskier.com (des magazines du même nom). Apparaissent aussi des sites et des blogs plus modestes et tenus par des amateurs comme Ridepark.com et Daylifreeski.com en France.

Des émissions télévisées sont aussi diffusées aux États-Unis comme sur la chaîne ESPN, organisatrice des X-Games depuis ses débuts, ou Extreme²³⁰, la chaîne des sports du même nom, qui elle aussi participe à l'organisation et au financement de certains événements freeskis. Il est difficile pour un français de connaître ces émissions, car il semble que le freeski est d'avantage présent à la télévision outre-atlantique. En France, c'est l'émission de sports de glisse Riding Zone qui diffuse depuis 2010 des images de ski freestyle et freeride sur le service public (France Ô). La chaîne Canal + quant à elle diffuse et organise les X-Games de Tignes, là aussi à partir de 2010. Tous ces médias sont les principaux vecteurs de l'image et de la culture freeski. Les amateurs de freeski sont jeunes, très rarement trentenaires, ils sont donc davantage habitués à l'utilisation d'Internet, qui est devenu le principal outil d'information et de communication du freeski et de sa culture. Par exemple, l'ensemble des acteurs du freeski recourent beaucoup aux réseaux sociaux.

Ces réseaux sociaux, tout comme les divers sites internet, cristallisent de nombreux débats et questionnement internes qui nous donnent à voir l'importance de l'identité de groupe dans le freeski.

Des questionnements et des débats internes

Les premiers freeskiers étaient considérés comme les « rebelles du ski »²³¹. Certains ont d'ailleurs un parcours personnel chaotique et les pionniers du freeride que sont les américains Glenn Plake et Seth Morrison en sont de parfaits exemples. Le premier explique ainsi « *La première fois que je suis venu à Chamonix... On va dire que j'ai eu quelques problèmes avec la police quand j'étais jeune et je suis venu à Chamonix pour tourner un film (Blizzard of Aaahhhs, 1988, ndlr) pendant trois semaines. (...) Après le tournage (...) je me disais : je n'ai pas de boulot, je suis un clochard, j'adore skier, la police*

²³⁰ <http://www.extreme.com/>

²³¹ « Switch Ski », in Tracks, Arte, 2007 : http://www.dailymotion.com/video/x4my5g_exclu-www-tracks-fluo-net-switch-s_news

*m'attend chez moi, je suis en Europe : pourquoi rentrer ? Je suis resté deux ans. »*²³²

Glenn Plake arbore une coupe à l'iroquoise décolorée depuis ses premières apparitions dans des vidéos de ski extrême et il représente bien la philosophie anticonformiste des premiers freeskiers. Celle-ci a été relayée par une publicité des années 1980 de K2, premier sponsor du skier ; elle représente Phil Mahre, un skier alpin presque chauve qui tient une paire de K2 blanche, face à Glenn Plake, sa longue crête décolorée et ses skis noirs. La publicité a pour titre évocateur : « *extremely different* ». Seth Morrison, quant à lui, explique dans un film qui lui est dédié en 2011 (Seth Morrison - The Ordinary Skier, 1242 production) qu'il a lui aussi été sans domicile fixe, qu'il a eu des problèmes de drogue et a passé du temps en prison. Le freestyler suisse Mickael Deschenaux a lui aussi passé du temps en prison avant de migrer aux États-Unis, où il participe à la création de la marque de ski *Ninthward*, à la Nouvelle Orléans. Inspirés par le milieu hip-hop de la ville, la marque et le skier cultivent une image de gangster avec dents en or, tatouages, maillots de basket ball et langage issu du rap²³³. Si ces cas peuvent sembler anecdotiques, ils donnent tout de même une idée du contexte dans lequel a émergé la culture du « ski libre ».

Puis les marques entrent en jeu. Les équipementiers historiques se mettent à la page et de nouvelles marques se créent. Elles participent grandement à la codification de la culture du freeski en lançant des gammes aux designs particuliers, en créant des pro-modèles et en finançant des skieurs, des événements et des vidéos. Certains freeskiers des premières générations tendent pourtant à affirmer que le dictat des marques et la professionnalisation n'ont pas une bonne répercussion sur le freeski. Vincent Dorion explique ainsi à Weski : « *je crois qu'on a perdu le contrôle des choses. Les grosses compagnies ont pris le monopole.* »²³⁴. Ce sont pourtant les marques qui jouent un rôle primordial dans la création de la culture freeski en l'alimentant par leurs matériels. Encore une fois, c'est la notion de liberté qui est prônée et qui pousse certains freeskiers à critiquer négativement l'influence des marques et de leurs stratégies commerciales. Pour Mike Douglas, en 2007 : « *La liberté et le plaisir sont les choses les plus importantes. (...) On s'en fout si c'est olympique ou pas. Quand on a commencé, aucun de nous ne voulait que ça devienne olympique. Les sports les plus tristes sont ceux où les athlètes ne participent que pour gagner de l'argent ou des médailles.* ». Pourtant, on observe que les compétitions, qui font leurs apparitions dès la fin des années 1990, constituent les

²³² DESMURS Guillaume, *Interview Glenn Plake*, in Skipass.com, 12 février 2012 : <http://www.skipass.com/news/73962-interview-glen-plake.html>

²³³ Le reportage d'Arte cité plus haut illustre parfaitement ce point.

²³⁴ JACCOUX Camille, *Staying Alive*, in Weski n°7, freepresse, le Bourget du Lac fev/mars 2007, p.132

premiers rassemblements des pratiquants d'un sport naissant et ainsi participent à l'écriture de l'histoire et de la culture du freeski. Mike Douglas explique aussi : « *[Les jeunes] ne m'aiment pas trop moi, car je travaille beaucoup avec la télé et les médias. Certains pensent que je me suis vendu à eux, mais je crois que mon rôle est nécessaire pour aider le sport à évoluer* ». Il est considéré aujourd'hui comme l'une des figures primordiales de la création du freeski par l'ensemble des amateurs et des professionnels, et pourtant, il s'est grandement appuyé sur les marques pour construire sa nouvelle idée du ski. Aujourd'hui encore il y a des voix qui s'élèvent pour remettre en cause l'influence des marques, de la compétition, de l'argent, comme la vidéo de 2011 des suisses de la GPSY Feelin production. Nommé GONZO, le film de 20 minutes critique en voix off la course aux sponsors et à l'argent des freestylers professionnels, même s'ils sont eux-mêmes sponsorisés et que certains ont participé aux plus grandes des compétitions. La situation est paradoxale, dans la mesure où les freeskiers revendiquent une indépendance vis-à-vis des marques et de l'esprit de compétition, mais que ce sport ne se serait pas développé sans leur soutien. Beaucoup de freeskiers, professionnels ou non, estiment que la professionnalisation tue la créativité et la liberté du freeski.

Les compétitions sont d'ailleurs mal perçues par une certaine frange des freeskiers, qui pensent qu'elles n'ont pas grand chose à voir avec les principes libertaires du freeski. Certains des professionnels les plus connus ne sont d'ailleurs pas ou peu passés par la compétition, comme Seth Morrison, Anthony Boronowsky, ou Eric Pollard. Dans Weski, les interviews de skieurs comportent souvent la question : « *Vidéo ou compétition?* ». On remarque grâce à ce genre de questions que cette opposition à la compétition est bien plus présente chez les premières générations : celles qui se sont éloignés du ski alpin et du ski de bosse par désir de s'affranchir de l'esprit de compétition. Il faut tout de même noter que les freeskiers spécialisés dans la compétition qui sont apparus ces dernières années (Kevin Rolland, David Wise, Torin Yater-Wallace pour le freestyle ou Aurélien Ducroz pour le freeride) font aujourd'hui l'objet de critiques assez vives par certains amateurs qui estiment que le freeski doit d'abord être représenté par la vidéo²³⁵ et la liberté de la pratique. La question de l'intégration du freestyle aux Jeux Olympiques de Sotchi de 2014 a ainsi mené à de très nombreux débats. En effet, très tôt, on commence à parler d'une éventuelle accession aux Jeux Olympiques au côté du snowboard freestyle intégré en 1998 ; pour certains, c'est un moyen inespéré de populariser et de développer le sport tandis que pour d'autres, c'est un retour en arrière qui va dénaturer l'esprit du

²³⁵ Une page du forum de Skipass où se déroule un débat houleux sur la victoire de Kevin Rolland au King of Style en 2010 : http://www.skipass.com/forums/sports/ski_freestyle/sujet-114009.html

freestyle. La question est fréquemment posée dans des interviews de freeskiers professionnels et elle fait aussi l'objet de nombreux débats sur Internet, dans les forums²³⁶. La F.I.S. est souvent critiquée, et beaucoup estiment qu'elle devrait laisser le freeski se développer de lui-même. Le choix encore discuté de faire juger le freeski aux Jeux Olympiques par les juges du snowboard a été à l'origine d'une vague de protestation parmi les freeskiers²³⁷.

Par extension, beaucoup de débats tournent autour des questions de style et de technique en freestyle. L'explosion du niveau technique des freestylers soulève un nombre considérable de critiques, qui prétendent que le sport s'oriente de plus en plus vers ce qui se fait en saut acrobatique. L'accroissement brutal et spectaculaire du nombre de doubles rotations très techniques dans les vidéos puis dans les compétitions à partir de 2007 n'est pas du goût de quelques freestylers qui pensent que l'on oublie la notion de style et de personnalité²³⁸. Les triples rotations qui apparaissent à partir de 2010 concentrent elles aussi de très nombreuses critiques envers cette course à la rotation la plus technique²³⁹. Une vidéo de février 2012 par les américains de 4bi9 couple d'ailleurs d'antiques vidéos de ski acrobatiques avec des images récentes de ski freestyle pour critiquer très négativement l'évolution de la discipline²⁴⁰.

Dans le freeride, et au-delà des polémiques sur la compétition, c'est principalement les questions écologiques qui sont à l'origine des débats. Dès ses débuts, l'utilisation des hélicoptères et des motoneiges est mal perçue par les randonneurs ou les alpinistes, qu'ils estiment contraire à la philosophie du sport en haute montagne. Ces pratiques sont d'ailleurs strictement interdites en France. Les forums hébergent des longues discussions sur ce phénomène²⁴¹ et le film de *Sherpa Production* sorti en 2011, nommé *All I Can*, a surpris nombre de spectateurs par son côté écologiste affirmé, couplé à des images de moto-neiges dans des environnements vierges de toute trace humaine.

Les débats au sein des pratiquants amateurs et professionnels du freeski sont donc nombreux et parfois houleux. Certains skieurs, poussés par leur jeune âge et par l'anonymat que procure Internet, développent même un esprit frondeur affirmé. En France,

²³⁶ Voir par exemple cette discussion sur l'accession du freestyle aux J.O. :

http://www.skipass.com/forums/sports/ski_freestyle/sujet-117834.html

²³⁷ *Polémique sur les juges des J.O.*, in Downdays.eu, 13/04/2008 <http://freeski.downdays.eu/fr/articles-fr/13/04/2012/polemique-sur-les-juges-des-jo/>

²³⁸ Un sujet du forum du skipass nommé *Doubles rotation...* Montre bien ces débats :

<http://www.skipass.com/forums/sports/ski/sujet-101336.html>

²³⁹ Ce sujet du forum de skipass : sur les premiers triples corks dégénère vite en débat autour de la légitimité de ces figures dans le ski freestyle : http://www.skipass.com/forums/sports/ski_freestyle/sujet-117371-50.html. Voir aussi les commentaires des vidéos qui présentent les premiers triples corks :

<http://www.zapiks.fr/bobby-brown-triple-corks.html>

²⁴⁰ <http://www.newschoolers.com/watch/427992.0/Guacamole-Sundayze-Episode-3?t=2>

²⁴¹ <http://www.skipass.com/forums/sports/ski/sujet-122381.html>

le blog amateur Dailymfreeski.com, alimenté depuis 2011, assume même avec beaucoup de dérision ce rôle de critique violent et souvent de mauvaise foie. Il a pour sous-titre « *volontairement aigris* »²⁴². Ces critiques ne sont tout de même pas partagées par la majorité des pratiquants et c'est aussi une façon pour certains de se démarquer et de se donner une image de « puriste » du ski freeski, mais elles sont en effet révélatrices de la création de réelles notions identitaires par les freeskiers.

La culture du freeski s'est donc construite en s'opposant à celle du ski alpin et du ski acrobatique et en se rapprochant de celle des sports de glisse, et notamment du snowboard. Le freeski est traversé par des modes, des courants de pensées et des débats relayés par des moyens de communication et des marques dédiées qui parachèvent la construction d'une identité de groupe. Et c'est principalement dans les indispensables vidéos de freeski que l'on trouve le meilleur aperçu de cette culture.

²⁴² <http://www.skipass.com/forums/sports/ski/sujet-122381.html>

Chapitre 5 : La vidéo comme enjeu principal du freeski

La photo et la vidéo ont permis au freeski de se construire et de faire parler de lui. Beaucoup de freeriders des premiers temps parlent d'ailleurs des vidéos et des photos de ski extrême des années 1980 comme de véritables sources d'inspiration. Ainsi, Glenn Plake explique : « *aucun skieur en particulier ne m'a inspiré, en revanche ma principale source d'inspiration se trouve dans les médias : magazines, livres, images. J'ai une centaine de films de ski d'avant les années 80, ils sont incroyables à voir.* »²⁴³. Le freeski s'est aussi inspiré de vidéos et de photos de snowboard des années 1980 et 1990 pour s'approprier cette véritable culture de l'image. C'est un moyen pour les marques de se montrer et une façon pour les freeskiers professionnels d'exercer leur métier.

Nous utilisons le terme *vidéo* car on retrouve des images de freeski sous plusieurs formes, qui vont de véritables films produits par des entreprises à des clips plus court et parfois « amateur » que l'on trouve sur internet. Si le terme est quelque peu disgracieux, c'est celui qui est le plus utilisé par la communauté d'amateurs, de professionnels et de médias. Il permet d'englober l'ensemble de l'audio-visuel du freeski.

Nous commencerons par parler des films de freeski avant de nous étendre sur les vidéos postées sur internet.

Section 1 : Les films de freeski

Les premiers films de ski extrême et de snowboard étaient distribués sous forme de cassettes VHS et duraient entre trente minute et une heure, comme les films de l'américain Greg Stump ou ceux du français Didier Lafond dans les années 1980 et 1990. A la fin des années 1990 sont lancés les premiers films de freeski, édités par des sociétés spécialisées. Ils sont principalement tournés vers le freestyle, le freeride et le backcountry et sont eux aussi enregistrés sur des VHS.

²⁴³ DESMURS Guillaume, *Interview Glenn Plake*, in Skipass.com, 12 février 2012 : <http://www.skipass.com/news/73962-interview-glen-plake.html>

Matchstick Production (MSP) est créée en 1992 par Steve Winter et Murray Wais. Jusqu'en 1997, l'entreprise américaine basée dans le Colorado, tourne trois films (« *The Hedonist* » en 1993, « *The Tribe* », « *Second Nature* ») avant de se lancer dans une production annuelle. Ils mettent à l'honneur principalement du ski extrême qui se rapproche de plus en plus de l'esprit freeride avec une attention accrue portée à la qualité des images, de la neige et des sauts de barres rocheuses. On y retrouve des skieurs aujourd'hui considérés comme les initiateurs du mouvement freeride comme Seth Morrison et Shane McConkey. MSP met aussi parfois en scène d'autres sports qualifiés d'extrêmes mais aussi parfois du kayak, de la motocross et des sports de glisse comme le skateboard (un segment de Tony Hawk dans *The Tribe*) et le snowboard (*Pura Vida*, 1997). À partir de 1998 et le long métrage *Sick Sense*, les films de la Matchstick production deviennent de véritables films de freeski, avec des images de freeride mais aussi de freestyle en snowpark et de freestyle backcountry. C'est alors qu'apparaît au casting la première génération de freestylers professionnels, représentée par J.-F. Cusson, J.-P. Auclair et Shane Szocks.²⁴⁴ L'expérience qu'acquiert MSP durant les années 1990 lui permet de disposer de moyens importants, dispensés par la vente de cassettes vidéos puis de DVD et le recours à des partenariats de la part des marques qui sponsorisent les skieurs (Axis Clothing, K2, Helly Hansen, Smith Optics...). L'entreprise s'appuie aussi sur des magazines (*Freeze Magazine*, *Powder Magazine*...) pour communiquer autour de leur film. Cela lui permet de parcourir le monde (Alaska, Nouvelle-Zélande, Canada, Alpes, Japon...) et d'avoir recours à des hélicoptères pour filmer et déposer les skieurs.

Bien avant cette époque, l'américain Warren Miller est considéré comme le pionnier des films de ski. Né en 1924, sa première production date de 1949 et se nommait : « *Deep and Light* », en référence à la neige poudreuse²⁴⁵. Puis tous les ans, jusqu'en 1987, il va diriger le tournage de films de ski (avec également un peu de snowboard) qui s'orientent rapidement vers le ski extrême. À partir de cette date, il n'est plus réalisateur mais continue à être présent dans la production des films de la Warren Miller Entertainment. En 1998, la compagnie produit un film au nom évocateur : « *Free riders* ». Le film fait son entrée dans le freeski et commence à accueillir du freestyle et du backcountry, dans une ambiance très second degré qui caricature les films de ski extrême et qui met en

²⁴⁴ On trouve toutes ces informations sur le site de l'entreprise : <http://www.skimovie.com/index.php/dvds/>

²⁴⁵ On trouve la filmographie de Warren Miller sur l'Internet Movie Data Base : <http://www.imdb.com/name/nm0589498/>

opposition le ski « *old school* » et le ski « *new school* »²⁴⁶. En 1999, le film « *Fifty* » rassemble encore une fois Mike Douglas, Vincent Dorion et J.-P. Auclair et leurs tous nouveaux Teneighty de Salomon. Depuis, les films produits par la Warren Miller Entertainment sont résolument tournés vers le freeski. Le budget de l'entreprise est très conséquent, s'appuyant sur des mécènes comme la marque automobile Nissan²⁴⁷.

Depuis 1996, l'entreprise de production de films de ski Teton Gravity Research (TGR) propose elle aussi des films de freeride (ski et snowboard) à gros budget sur le modèle de ceux de MSP. C'est aussi en 1998 qu'elle accueille dans son film le freestyler J.-P. Auclair²⁴⁸.

En 1998, l'américain Johnny Decesare crée l'entreprise de production Poor Boyz et lance son premier film qui se nomme « *Degenerates* ». Désormais Poor Boyz tourne des images chaque saison pour produire un film qui sort au tout début de l'hiver suivant. Dès les premières années, ces films mettent en scène l'immense majorité des fondateurs mondiaux du freeski comme Mike Douglas, J.-P. Auclair, Vincent Dorion, J.-F. Cusson, Shane Szocks, Seth Morrison, Phil Poirier, Candide Thovex, Phil Larose, Phil Belanger, Phil Dion, Eric Pollard, C.-R. Johnson, Boyd Easley, Jon Olsson, Tanner Hall, Sarah Burke...²⁴⁹. Poor Boyz va rapidement s'imposer comme une des entreprises de production les plus emblématiques de la scène freeski en accueillant dans ses films la crème des freeskiers de la planète. On y retrouve tous les ingrédients qui vont caractériser les films de freeski des années futures : du freestyle en snowpark, du freestyle backcountry, du l'urban, du freeride et un montage dynamique qui mêle lifestyle et action, calés sur de la musique (du rock en l'occurrence). C'est la première entreprise de production créée par et pour le mouvement freeski. Elle ne dispose pas encore des moyens de ses concurrentes, mais ceux-ci vont rapidement augmenter.

Au tout début des années 2000, ces quatre entreprises font figure de proue pour les films de freeski, grâce à leur expérience, leurs distributions fournies et leurs moyens importants. Elles s'approprient et participent à la création des codes cette nouvelle discipline. Les pochettes des DVD, qui sont désormais le support privilégié, montrent davantage des skieurs freestyle qui *grabent* et croisent leurs skis lors d'impressionnantes figures, plutôt que des traditionnelles photos de freeride big-mountain. C'est alors que de nouvelles entreprises de productions de films dédiées au freeski fleurissent. En 2000,

²⁴⁶ On trouve la bande-annonce de ce film sur youtube. Elle est assez proche de ce que l'on trouve aujourd'hui dans les films de freeski : <http://www.youtube.com/watch?v=PMX5FZ0uBg0>

²⁴⁷ « *Freeriders* » est même sponsorisé par le Nissan Pathfinder, un modèle de 4x4 de la marque.

²⁴⁸ <http://www.tetongravity.com/films/>

²⁴⁹ On trouve une liste des films de Poor Boyz et parfois de leur casting, à partir de 1999, sur cet intéressant site de revue de films de ski : <http://skifilmreviews.com/film-database/list/Poor%20Boyz%20Productions>

toujours aux Etats-Unis, Josh Berman lance Level 1 Productions avec des films qui s'inscrivent dans la mouvance des films de freeski. Rage Productions est créée en 2002 et se spécialise dans le freeride avant d'intégrer progressivement une dose de freestyle. En 2003, c'est Meathead Films, créé par Geoff. McDonald qui fait son apparition avec le film « *Ski Specific* ». A partir de 2003 également, la Stept Productions, créée par les freestyler américain Alex et Nick Martini, montre son goût pour l'univers du freestyle urbain²⁵⁰. Entre 2005 et 2008, Théory 3 Médias, éditera aussi quatre films.

Le début des années 2000 correspond aussi à la création d'entreprises de productions indépendantes au delà des frontières des États-Unis. C'est en 2001 que le freestyler français Candide Thovex crée la WW Production et lance sa série des « *Rastafaride* » qui aura un succès international retentissant jusqu'en 2007, avec sept opus. On y trouve surtout des images de Candide Thovex en freestyle et backcountry mais la série met aussi en scènes d'autres grands noms du freeski tels que Jon Olsson, Tanner Hall, Seb Michaud ou encore C.-R. Johnson. En 2002, c'est en Suède qu'est créé Swedish Posse²⁵¹ qui mettra en scènes les stars du freeski suédois comme les freeriders Kaj Zackrisson, Sverre Liliequist, Henrik Windstedt et le freestyler vedette Jon Olsson. Elle réalisera cinq films jusqu'en 2006. En 2003, leurs compatriotes de Free Radical Production réalisent aussi des films avec entre autre, Jon Olsson et Henrik Windstedt. C'est en 2002 qu'est lancée par le Norvégien Josh Christensen la Field Production qui accueille jusqu'à aujourd'hui de nombreuses stars du freeski scandinave. La même année, les freestyler canadien Phil Larose, Phil Belanger et Thomas Rinfret fondent Pléhouse Production, très axée sur le freestyle. Ils produiront des films jusqu'en 2007. L'Autriche et la ville d'Innsbruck accueill aussi le Freeski-Crew depuis 2004²⁵².

Il y a donc une explosion du nombre de productions au budget parfois moins important, dédiées aux films de freeski durant les premières années de la décennie 2000. On a tout de même pu constater que certaines disparaissent assez rapidement tandis que les grandes agences que nous avons citées précédemment continuent à dominer le marché par leurs superproductions. Dans la deuxième partie des années 2000, de nouvelles agences continuent d'être créées, profitant de l'explosion d'internet qui apporte un nouveau moyen de commercialisation des films, moins couteux que les DVD : le téléchargement. Au Canada on peut citer ESK Movies²⁵³ et Voleurz qui apparaissent en 2007 et sont désormais des habitués de la scène freeski. Elles sont encore considérées

²⁵⁰ <http://steptproductions.com/page/about>

²⁵¹ <http://www.sweposse.com/index.html>

²⁵² <http://www.freeski-crew.com/>

²⁵³ La page facebook renseigne sur la filmographie : <https://www.facebook.com/eskmedia>

comme des productions amateurs, même si leurs skieurs sont professionnels. En France c'est la SVP Productions qui est lancée en 2007. Elle se nomme aujourd'hui PVS Company²⁵⁴ et possède certainement le plus gros budget actuel pour un film français, avec Garchois Films, créé par Laurent Jamet en 2010. Aux USA, 4bi9 media produit également des films de freestyle depuis 2007. La même année Chaoz Productions vient compléter la scène norvégienne du freeski. Enfin, Awone Films depuis 2008 en Suisse, Inspired Media Concept aux USA et Legs Of Steel en Autriche depuis 2010 sont encore des exemples de ces nouvelles agences de production.

Tous ces films de freeski durent entre trente minutes et une heure et demie. Ils sont tournés durant la saison qui précède celle de la sortie du film. Ils sont en général divisés en segments qui mettent en scène un rider en particulier ou une session de tournage qui rassemblent plusieurs d'entre eux sur un kicker ou en freeride. Chaque segment est accompagné d'un morceau de musique sur laquelle les images sont calées. La bande son revêt un rôle très important pour les amateurs de films de freeski. Elle est largement décortiquée, saluée ou détestée dans les commentaires et les critiques que l'on peut trouver sur les sites ou dans les journaux. Chaque agence de production a ses propres habitudes en termes de musique, ce qui participe à la personnalité à ses films. Certains d'entre eux sont également scénarisés, aux moyens d'introductions et de conclusions composées d'images de la vie courante des skieurs ou de tournages spécifiques. On entend également souvent les skieurs parler en voix off ou face à la caméra, racontant leurs aventures et leur état d'esprit (dans les films de la MSP notamment). Certains long métrages sont également tournés vers l'histoire d'un ou de plusieurs rider en particulier comme « *There's Something about Shane McConkey* », à propos de ce pionnier du freeride, par MSP en 2000. Autre exemple : « *Show and Prove* » réalisé par Tanner Hall et C.-R. Johnson et qui revient sur la grave blessure de ce dernier. On observe aussi une certaine préférence pour l'une ou l'autre des pratiques qui composent le freeski dans les films. Si la plupart mélangent freestyle et freeride, on remarque tout de même que les agences MSP ou TGR sont plutôt orientées vers le freeride contrairement à Poor Boyz ou à Level One qui met en scène plus de freestyle et d'urbain. Les entreprises de production qui fleurissent dans les années 2000 se spécialisent davantage que les grandes agences historiques que nous avons citées. On peut remarquer aussi la nette influence des autres sports de glisse comme le snowboard mais aussi le skateboard ou le surf, que l'on

²⁵⁴ <http://www.pvscompany.com/>

découvre dans certains de ces films²⁵⁵. Les sports tels que la chute libre, le *base-jumping* et la *wing-suit* (saut en chute libre ou depuis une falaise, la wing suite étant une combinaison permettant de planer plus longtemps) ou le *speed-riding* (du ski avec une petite voile de parapente qui permet de sauter des barres rocheuses) font aussi leur apparition, représentant les nouveaux sports extrêmes dans les films des grosses productions, plutôt axées sur le freeride (Dans « *Seven Sunny Days* » de MSP par exemple). Les agences de production plus modestes quant à elles, cultivent davantage une image de famille de skieurs, de groupe d'amis animés par un désir de vivre ensemble et ce grâce à des réalisations parfois humoristiques et très portées sur le *lifestyle*. Ils développent un esprit *core*, avec une ligne de vêtements par exemple pour les canadiens de *Voleurz*.

Pour ce qui est du financement, on observe qu'il se fait principalement grâce aux ventes de DVD et au mécénat des marques implantées sur le marché du freeski, et notamment celles qui sponsorisent les skieurs. Il est vrai que ces films proposent des images très impressionnantes et qu'ils sont une vitrine très accrocheuse pour les marques qui sont listées sur les sites des agences de production et à l'introduction des films. Les agences les plus importantes peuvent compter jusqu'à plusieurs dizaines de sponsors.²⁵⁶ On remarque d'ailleurs que les freeskiers professionnels sont dotés par leurs partenaires de matériel de pré-série, c'est-à-dire qui sortira la saison suivante. Cela permet aux marques d'avoir des images de leur nouveau matériel au début de chaque saison, au moment de la sortie des films.

De plus, ces films sont aussi une vitrine pour ces entreprises de production cinématographique qui parfois diversifient leur offre dans d'autres sports de glisses ou d'autres activités (TGR, PVS, Garchois Films sont de bons exemples). Cela leur permet d'attirer de nouveaux clients.

Mais les années 2000 sont aussi le théâtre de la révolution du numérique qui va apporter de nouvelles perspectives au freeski. La rapide expansion d'internet dans les foyers du monde entier ainsi que des innovations techniques couplées à la baisse des coûts du matériel vidéo vont donner naissance à de nouvelles formes et de nouveaux contenus.

²⁵⁵ Du snowboard dans le film de *Voleurz*, du skate dans *Rastafaride 2* par exemple.

²⁵⁶ 22 sponsors pour TGR par exemple : <http://www.tetongravity.com/company/sponsors.aspx>

Section 2 : Internet comme principal vecteur des vidéos de freeski

Dans un premier temps, la diffusion de vidéos sur internet a pour principale utilité de permettre aux entreprises de production de films de promouvoir leurs longs métrages. Celles-ci diffusent sur les sites spécialisés des bandes-annonces de leurs films (souvent appelées par la traduction anglaise « *teaser* » par la communauté internationale). Ces teasers sont devenus un exercice de style indispensable pour toute entreprise de production qui réalise un film. Ils apparaissent en début d'été²⁵⁷. Certaines entreprises diffusent aussi quelques extraits de leurs films sur les sites internet qui commencent à accueillir des vidéos de freeski au début des années 2000. On peut comprendre cela en revenant en arrière sur ces sites grâce aux archives de la Way Back Machine. En 2003 par exemple, Skipass.com diffuse des clips de TGR²⁵⁸. Les sites spécialisés commencent aussi à diffuser des vidéos tournées lors d'évènements importants²⁵⁹. À partir du milieu de la décennie 2000-2010, la vidéo prend de plus en plus de place sur les sites spécialisés et les grands sites de partages de vidéo généralistes comme *Youtube.com* et *Dailymotion.fr* font leur apparition, favorisant ainsi le partage de vidéos en tout genre. On assiste même en France à la création du site Zapiks.com (par Skipass.com), en 2006, qui se spécialise dans le partage de vidéos de freeski tout en ouvrant ses portes à d'autres sports de glisse et de montagne. Commencent alors à émerger des vidéos spécialement tournées pour une diffusion sur internet. Les marques et les skieurs éditent également de courtes vidéos dont la durée varie entre trois et dix minutes et qui mettent en scène des freeskiers durant leur saison. Cela permet d'augmenter la présence à l'écran des professionnels et des marques. Depuis le milieu de la décennie, chaque évènement important du monde du freeski dispose d'un résumé sur internet, réalisé par les organisateurs ou des organes de presse tels que les sites spécialisés. Apparaissent ensuite des séries de vidéos produites par des professionnels et découpées par saisons et par épisodes.

En 2007, les skieurs spécialisés dans le freestyle backcountry Eric Pollard, Chris Benchetler, Pep Fugas et Andy Mahre créent Nimbus Independent²⁶⁰. Ils lancent la première série de vidéo uniquement dédiée à la toile avec cinq épisodes de trente minutes chacun qui sont diffusés durant tout l'hiver. Elle est financée par des partenaires qui sont les

²⁵⁷ Un exemple parlant, celui de « Claim » par MSP en 2008 : <http://www.zapiks.fr/claim-msp.html>

²⁵⁸ <http://web.archive.org/web/20030404194050/http://skipass.com/vf/articles/cotw.html>

²⁵⁹ Cette vidéo de 2004 sur le Candide Invitationnal par exemple :

http://web.archive.org/web/20041209200545/http://www.skipass.com/articles/hiver2004/candide_thovex_vide.php

²⁶⁰ <http://nimbusindependent.com/>

sponsors des skieurs présents dans les vidéos (Line, Atomic, K2 etc...). Le haut niveau et l'originalité du ski de ces quatre garçons donne une image très personnelle aux vidéos de Nimbus, qui sont aujourd'hui considérées comme des modèles de vidéo de backcountry. On appelle alors ces séries formatées pour le net des « *web-episodes* », des « *web-séries* », des « *podcast* » ou encore des « *webisodes* »²⁶¹. C'est aussi en 2007 que Salomon lance sa propre web-série intitulée « *Salomon Freeski TV* ». La première saison compte huit épisodes qui durent entre trois et cinq minutes et les suivantes en additionnent une vingtaine. Créée par Mike Douglas, cette série met en scène les skieurs freestyle et freeride sponsorisés par la marque. Les images sont de grande qualité et la série s'attarde parfois sur des points de l'histoire du freeski²⁶² ou sur des freeskiers amateurs²⁶³. Cela permet de développer l'image freeride qui est de plus en plus forte chez Salomon depuis 2007 et de lui conférer une grande présence sur la toile.

Depuis 2008, la marque Line parraine les américains Andy Parry et Will Wesson du « *Travelling Circus* »²⁶⁴, dans leur *road trip* à travers Etats Unis et Canada à la recherche d'endroits idéals pour un ski urbain très créatif. La série comporte cinq épisodes par saison et affiche un esprit très décalé et porté sur le style de vie des skieurs tout au long de la saison. Elle dispose d'un budget nettement inférieur aux deux séries citées auparavant, mais représente bien l'esprit freestyle de la marque Line.

Au cours de ces années apparaissent aussi des webisodes centrés autour d'un skieur professionnel en particulier et qui permettent de suivre ce dernier tout au long de sa saison. Ils sont en général initiés et financés par le skieur lui-même avec l'aide de ses sponsors et sont souvent tournés vers le milieu de la compétition. Ces webisodes sont un bon moyen pour ces professionnels de s'attirer des fans mais aussi de faire la promotion de leurs sponsors, voire d'en attirer de nouveaux. A partir de 2009, Mathias Lopez réalise la série « *FollowUs.TV* »²⁶⁵ qui suit la saison des Français Kevin Rolland et Xavier Bertoni et leurs parcours dans les différentes compétitions et entraînements auxquels ils participent (une dizaine d'épisodes par saison). La même année, et toujours en France, c'est Thomas Krief qui lance sa propre série nommée « *TKTV* ». L'américain Tom Wallisch crée aussi les « *Wallisch Wednesday* » sur le même principe en 2010.

La révolution numérique apporte ensuite la possibilité pour les amateurs de tourner, de monter, et de diffuser des vidéos, grâce notamment à la baisse des prix des

²⁶¹ <http://nimbusindependent.com/about/>

²⁶² <http://www.youtube.com/watch?v=hMis19B7Nxx>

²⁶³ Un épisode de la saison 3 sur un pisteur de Chamonix : <http://www.salomonfreeski.com/us/freeski-tv/season-03-episode-17.html>

²⁶⁴ <http://linetravelingcircus.com/>

²⁶⁵ www.followus.tv

caméscopes et à l'arrivée de la haute définition dans les modèles d'entrée de gamme. Des marques comme GoPro ou Contour se spécialisent dans les minis caméras que l'on fixe sur son corps pour filmer à la première personne²⁶⁶. Les images tournées par ces caméras sont aujourd'hui omniprésentes dans les productions amateurs. Parallèlement à ce phénomène, l'informatique connaît lui aussi une baisse de ses prix et une hausse de ses performances, et de nombreux outils de montage ne nécessitant pas de compétences particulières se développent, tels que *Movie Maker* chez Microsoft ou *iMovie* chez Apple, pour ne citer qu'eux. Le piratage et le téléchargement illégal permettent aussi aux non initiés d'acquérir sans frais des logiciels de montage pour professionnels tels que *Adobe Premiere Pro* ou *Final Cut Pro* dont la licence coûte normalement plus de mille euros. Ajoutés les uns aux autres, ces phénomènes permettent à des productions « amateur » d'émerger et de créer des web-séries ou de monter des films plus longs. La plupart font référence à des *crews*²⁶⁷ de freeskiers qui se sont regroupés et qui réalisent des vidéos dans un esprit très personnel. Nombre de ces productions ont une zone de diffusions limitées au pays qui les héberge et il est donc difficile de connaître celles qui ne sont pas françaises. Les Finlandais de Nipwitz et ceux de Real Skifi réussissent cependant depuis 2010 à dépasser leurs frontières nationales en proposant des vidéos de ski urbain très créatives qui ont un fort succès sur la toile²⁶⁸. En France on peut citer GPSY Feelin²⁶⁹, qui réalise des vidéos depuis 2007 et qui a pris de l'ampleur puisqu'elle compte parmi ses membres des freeskiers devenus professionnels (Julien Lange, Leo Taillefer, Pierre Antoine-Chedal...). Il y a aussi la Néophile Famillia²⁷⁰, basée elle aussi en Savoie depuis 2010 et dont font partie de jeunes freestylers de très haut niveau (Jules Bonnaire, Julien Eustache...). Les vidéos que produisent les amateurs leur permettent donc dans certains cas de devenir professionnels ou de s'attirer des sponsors qui leur fournissent du matériel en échange d'une visibilité à l'écran (le Crapule Crew en France par exemple). D'autres productions clairement amateur affirment leur appartenance au mouvement freeski avec parfois un certain succès, comme c'est le cas pour le CTR-Crew²⁷¹.

Tous ces exemples ne constituent pas une liste complète mais témoignent d'une explosion de la production de vidéos de freeski. Aujourd'hui, des dizaines de vidéos d'amateurs et de professionnels sont publiées chaque jour sur les plateformes spécialisées

²⁶⁶ Un exemple des images que peuvent apporter ces caméras dans cette vidéo de Salomon Freeski TV nommée « *GoPro edit* », du nom de la marque : <http://www.zapiks.fr/salomon-freeski-tv-s5-e04-th.html>

²⁶⁷ Skipass.com les rassemble sous cette appellation sur sa page dédiée aux « *chaines pro* » : <http://www.zapiks.fr/pro/>

²⁶⁸ Des épisodes des Nipwitz à Sarajevo ou à Mourmansk par exemple : <http://www.zapiks.fr/pro/nipwitz/>

²⁶⁹ <http://www.gpsyfeelin.com/>

²⁷⁰ Pas de site internet mais une page facebook : <https://www.facebook.com/neophile.familia>

²⁷¹ <http://www.ctr-crew.com/>

du web et les films sont téléchargeables de manière légale ou illégale. Internet a permis aux marques et aux skieurs d'augmenter leur visibilité et de créer une véritable communauté. Cela a joué un grand rôle dans le développement du freeski, de sa culture et de ses aspects professionnels et commerciaux dans les années 2000. On remarque aussi le rôle central de la vidéo grâce à la création d'évènements et de récompenses qui lui sont spécifiquement dédiés.

Section 3 : Festivals et récompenses

Les films de freeski et les skieurs qu'ils mettent en scène font l'objet de récompenses délivrées depuis 2001 par Powder Magazine lors des « *Powder Vidéo Awards* », sorte d'Oscars du freeski. La première année ils comportent neuf catégories : « *Movie of the year* », « *best male performance* », « *best female performance* », « *best powder* » (le meilleur segment de freeride dans une vidéo), « *best cliff huck* », « *worst slam* », « *best humour* », « *best trick* », « *full throttle award* » (le skieur le plus engagé)²⁷². Cette première édition est plus axée sur le freeride puisqu'on voit qu'une seule catégorie récompense le freestyle (celle de la meilleure figure) mais les éditions suivantes rétabliront un certain équilibre entre les deux domaines. Certaines catégories disparaissent et d'autres apparaissent. Elles récompensent par exemple la meilleure ligne de freeride, les meilleurs jeunes, la meilleure session jib, la meilleure photo, le meilleur montage ou encore le meilleur concept. Le magazine a aussi créé en 2003 pour la deuxième édition des Powder Vidéo Awards, le Readers Poll Award qui permet aux amateurs de freeski de voter pour la et le meilleur freeskier (freestyle et freeride confondus) de l'année. Le vote se déroule désormais sur internet et le magazine organise une cérémonie aux Etats-Unis pour décerner ses récompenses. Ne sont nominées que les entreprises de production professionnelles d'une certaine ampleur, ce qui confère à l'évènement un côté très élitiste. Poor Boyz, MSP et TGR sont d'ailleurs les agences les plus récompensées. Seules les toutes dernières éditions commencent à nommer et récompenser des films autres qu'américains. Les vidéos sont jugées par des membres de l'industrie du ski, des

²⁷² Respectivement : meilleur film, meilleure performance masculine, meilleure performance féminine, meilleure poudre, meilleur saut de falaise, pire chute, meilleur humour, meilleure figure et meilleur engagement. Les catégories et les résultats sont listés sur le site : <http://www.powdermag.com/powder-awards/#>

skieurs, des journalistes, des photographes, des monteurs ou encore des marketing managers sélectionnés par Powder Magazine²⁷³. L'évènement est lui aussi soutenu par les sponsors habituels.

En 2007 est organisé le premier « *International Freeski Films Festival* » ou IF3, à Montréal au Canada. Les membres de l'industrie du ski que sont Felix Rioux, Doug Bishop et J.-F. Durocher fondent ce qui va devenir une sorte de Festival de Cannes du freeski²⁷⁴ et le premier rassemblement international de films, d'athlètes, de marques et d'amateurs de freeski. Il a lieu au début de l'automne, diffuse les productions issus des tournages de la saison précédente et ouvre ses portes aux amateurs. Ces films sont exhibés dans un cinéma lors de plusieurs séances payantes pour les festivaliers. La première saison du festival accueille onze films professionnels et cinq films amateurs mais la sélection va très vite s'étoffer avec plus de cinquante films en 2011²⁷⁵. Le festival remet lui aussi des récompenses à la fin de chaque exercice. La première année, ces récompenses sont divisées en deux catégories, amateurs et professionnels, avec des récompenses comme celles du meilleur film, du meilleur skieur et de la meilleure skieuse, de la meilleure cinématographie, de la meilleure bande-son, du meilleur montage, du meilleur trick, du meilleur *jibber*, du meilleur jeune freeskier, etc. De nouvelles récompenses arrivent ensuite comme celle de la meilleure séquence, (« *best single shot* »), celle du meilleur teaser ainsi qu'une récompense accordée par le public. À partir de 2010, une nouvelle catégorie apparaît qui récompense des vidéos du web²⁷⁶, en adéquation avec l'évolution des supports des vidéos de freeski durant la décennie. Le jury est composé de trois juges issus de l'industrie, de la communauté des freeskiers professionnels, de la vidéo ou du journalisme, et décerne des palmes sous forme de skis imprimés du nom de la récompense. C'est aussi depuis 2010 que l'IF3 crée une édition en Europe, à Annecy en Haute Savoie, peu après celle qui se déroule au Canada. Elle fonctionne sur le même principe que l'évènement original et est organisée en association avec l'agence française d'événementiel *Like That*. Des récompenses sont également attribuées aux amateurs et aux professionnels. Elle présente en compétition à peu de chose près les mêmes films, à la différence que la catégorie « amateur » rassemble d'avantage de productions européennes et qu'apparaît une catégorie du meilleur skieur européen. À partir de la saison 2012/2013, un IF3 sera aussi organisé en Autriche, à Innsbruck et au Chili, à Santiago.

²⁷³ <http://www.powdermag.com/powder-awards/information/>

²⁷⁴ COTY Freedle, *IF3, the Cannes of the ski world*, in Espn.go.com :

http://espn.go.com/action/freeskiing/blog/_/post/5596273/if3-cannes-ski-world

²⁷⁵ Précisé dans l'historique de l'évènement : <http://2012.if3.fr/a-propos/histoire-points-importants/>

²⁷⁶ Des informations sur comment soumettre un film à l'IF3 : <http://2012.if3.ca/movie-submission-info/>

En prenant de l'ampleur et en accueillant de plus en plus de films, le festival dure plus longtemps et il se déroule aujourd'hui sur trois jours avec plusieurs séances chaque jour. Il accueille aussi un village de marque, des soirées et concerts. À Montréal sont aussi organisées des projections gratuites en plein air. Les éditions de Montréal et Annecy constituent aujourd'hui le plus gros rassemblement mondial autour du freeski. Les salles de cinéma sont pleines et on peut croiser presque toutes les grandes stars du freeski professionnel. Les marques se déplacent aussi en masse et cet événement de rentrée leur permet de présenter leurs collections et les nouvelles gammes de l'hiver qui approche, sur des stands montés pour l'occasion. Elles complètent cette stratégie de communication en distribuant des affiches ou des autocollants, en organisant des séances d'autographes avec les skieurs de leur team, en parrainant des soirées ou en offrant des cadeaux en organisant des tirages au sort ou des concours divers. Chaque édition de l'IF3 est soutenue par les marques présentes dans le village mais est aussi dotée de trois partenaires principaux (Salomon, Oakley et Monster pour Annecy par exemple²⁷⁷). Il font l'objet de reportage dans les journaux et les sites internet²⁷⁸.

On observe aussi la création de plus petits festivals et événements tournés vers la vidéo. Ils ont une portée régionale ou nationale et sont donc difficile à retrouver. On peut tout de même citer en France le *Festiglisce* sur le campus de Grenoble. Organisé par l'Ecole de Glisse Universitaire de Grenoble depuis 2000, il accueille à en 2001 une vidéo de freeride de Salomon suivie par une conférence puis à partir de 2002 des soirées de projections avec des films comme « *Rastafaride* » la première année, puis plus tard des films de Poor Boyz production par exemple. Il est le premier festival du genre en France, avant le premier IF3 d'Annecy. Jusqu'en 2009 le festival organisera aussi une cérémonie de récompense pour les amateurs.

On note aussi que depuis 2008 est organisé à La Plagne en Savoie, *l'Urban Plagne Festival*, qui propose des projections gratuites de films de freeski et d'outdoor²⁷⁹ et un concours de vidéos qui se déroule sur plusieurs jours durant lesquels des équipes de skieurs et de cadres doivent monter un clip d'une dizaine de minutes alliant freeski et technique scénaristique et cinématographique.

La vidéo freeski est donc au coeur d'un système de récompenses et de festivals qui rappelle celui de cinéma et qui lui confère une dimension artistique.

²⁷⁷ <http://2012.if3.ca/>

²⁷⁸ <http://www.skipass.com/news/68274-palmares-de-l-if3-europe-2011.html>

²⁷⁹ Sports qui se pratiquent dans la nature : VTT, sports extrêmes...

<https://www.facebook.com/urbanplagnefestival/info>

Tous ces films, web-series, « edits » de skieurs professionnels, vidéos d'amateurs ou résumés d'évènements participent à la création de l'univers technique, philosophique et commercial qui entoure le freeski. Ils jouent un rôle primordial dans la professionnalisation de ce sport puisqu'ils sont un moyen pour les skieurs de montrer et d'attirer des sponsors. Les grosses entreprises de productions payent également les skieurs pour qu'ils apparaissent dans leurs films. En profitant des nouveaux moyens de communication qui lui ont permis de codifier l'univers du freeski et de lui donner une forte visibilité, la vidéo freeski a donc été un des acteurs majeurs du développement de cette jeune pratique sportive.

CONCLUSION

La réalisation de ce travail m'a permis de montrer de quelle manière le freeski s'est construit pour devenir une discipline à part entière. Il permet de proposer une première définition historique de mouvement qui sera indispensable pour un travail plus approfondi sur l'univers du freeski et sur certaines de ses particularités.

En résumé et de manière chronologique, on a pu remarquer que 1998 est une année charnière, avec l'apparition des premières compétitions, des premiers films de freeski, des premiers skis de freestyle et des premiers athlètes professionnels. A partir de cette date le freeski n'a cessé de se développer de façon très dynamique. On peut aussi noter que la deuxième moitié des années 2000 est le théâtre de l'émergence des nouveaux moyens de communication, d'événements inédits et de grande ampleur, dédiés aux films de freeski et d'innovations techniques majeures comme les rockers. C'est donc un sport jeune en perpétuelle évolution.

De façon thématique et pour définir le freeski, on peut dire que ce sport est traversé par des enjeux sportifs nouveaux qui diffèrent des autres disciplines qui se pratiquent skis au pied. En s'inspirant d'autres sports, le freeski a créé ses propres règles, ses propres codes techniques et sa propre philosophie de la pratique du ski. Elle s'épanouit dans des vidéos indépendantes et se tient loin des fédérations nationales et internationales de ski et revendique une certaine liberté malgré l'apparition d'associations et de compétitions internationales. Elle attire aujourd'hui les jeunes des stations de sport d'hiver du monde entier après avoir émergé en Amérique du Nord et en Europe. L'accession du freestyle aux Jeux Olympiques et la multiplication des photos et des vidéos de freestyle et de freeride dans la publicité²⁸⁰ montre un réel engouement populaire et institutionnel à l'image dynamique et spectaculaire de freeski.

Mais le freeski est également au cœur d'un univers commercial qui va donner à ce nouveau sport les moyens de son développement. C'est aussi un marché nouveau, investi par des entreprises préexistantes ou créées pour l'occasion. L'innovation technique dans le matériel est un élément moteur pour ce marché et elle a profité à l'ensemble de l'industrie du ski.

Le freeski intègre les références de la culture de la glisse et invente ses propres codes identitaires. Se dire freeskier c'est affirmer l'appartenance à un groupe qui a fait de

²⁸⁰ Une publicité pour la C3 Rossignol de Citroën, avec Sébastien Loeb : <http://www.youtube.com/watch?v=ORHLw4rJLcQ>

la vidéo le principal vecteur de sa culture. Au delà d'un simple sport, le freeski est un mode de vie. Les marques jouent un rôle primordial dans la création de l'identité culturelle du freeski, venant nuancer la liberté culturelle et sportive revendiquée par les freeskiers.

On note aussi l'apparition d'un univers médiatique qui s'appuie principalement sur internet et les magazines papier. Internet constitue également un point de rencontre important pour les amateurs de freeski du monde entier.

Ce travail fut pour moi une expérience enrichissante. Il m'a permis de prendre du recul face à ce sport qui me passionne et que j'ai pu voir évoluer. L'incroyable dynamisme du mouvement depuis sa création m'a toujours interpellé et les multiples débats que j'ai pu entretenir avec des amis sur l'origine et le développement du freeski m'a donné envie d'approfondir mes connaissances sur le sujet.

Mais faire un travail sur un sujet qui nous passionne n'est pas forcément gage de facilité. Les écueils de la subjectivité dont nous avons beaucoup parlé au cours de ces deux années de Master doivent être maintenus à bonne distance car ils peuvent poser de sérieux problèmes. Certaines vérités que je pensais détenir sur l'histoire de ce sport se sont en effet, avérées fausses.

D'autres difficultés se sont posées pour la réalisation de ce mémoire, L'utilisation d'internet qui a été ma principale source n'est pas chose aisée. La masse d'information est immense et on a vite fait de se perdre dans les méandres de la toile, en oubliant son idée de départ. Les informations ne sont quand à elles pas toujours fiables sur internet et il faut donc sans cesse prendre du recul et chercher d'autres indices pour étayer ses dires. Il est en effet difficile de trouver des regroupements d'informations et des chronologies fiables du développement des gammes de ski, des compétitions ou des vidéos. Sur internet, les sites font très peu référence à ce qui a pu se passer avant l'année en cours et il faut donc chercher de vieilles pages ou faire un travail conséquent de recoupement de multiples informations issues de nombreux sites. On peut noter que le désir d'historisation est très peu marqué dans le freeski. Les sites des marques de ski ne présentent que très rarement des archives sur leurs anciens modèles par exemple, et ceux des entreprises de production de films ne listent pas toujours leurs différents films au cours des années. On trouve aussi très peu d'informations historiques et chronologiques sur la création des marques qui ne s'attardent pas sur ce sujet. Je n'ai presque pas eu de réponses aux multiples emails que j'ai pu envoyer pour connaître de simples dates de créations. Malgré tout, les méthodes de la recherche historique sur le web n'existent pas et cela permet à l'étudiant que je suis de faire un travail de méthodologie.

Les problèmes de langages ont eux aussi été assez nombreux. Je n'ai par exemple pas lu des sources venant de Suède ou de Finlande, pays dans lesquels on retrouve pourtant du freeski. Si l'anglais est très utilisé par les freeskiers dans le monde entier, c'est dans une version argotique parfois très difficile à déchiffrer. Même les industriels, les marques ou les sites spécialisés utilisent ce langage très fleuri. Malgré tout, on trouve beaucoup de sources en Français qui m'ont permis de mener à bien ce travail.

Enfin il, est difficile de se limiter dans ses propos pour ne garder que l'essentiel quand on écrit un texte aussi long. Lorsqu'on a une bonne connaissance du sujet que l'on étudie, on a toujours la désagréable impression d'oublier certains thèmes ou certains détails. Mais il faut se souvenir qu'on ne fait pas une thèse mais un mémoire de Master.

Ce travail peut constituer un préambule dans le cadre de toute recherche historique traitant des sports d'hiver, du ski ou des sports de glisse. Il permet aussi d'aborder certains aspects de l'innovation dans les sports de montagne. Une histoire des enjeux de l'image dans le sport devra aussi se pencher sur une étude du freeski.

Il subsiste également des points de l'histoire du freeski qui méritent d'être étudiés. On peut chercher par exemple à savoir qui pratique le freeski et comment a évolué sa sociologie depuis sa création. L'étude que j'ai menée ne permet pas de quantifier le phénomène freeski sur la planète ou même en France car aucune étude sociologique n'a été menée sur le sujet. Elle est pourtant essentielle car elle permettra notamment d'étudier le marché en interrogeant la viabilité du marché à long terme. Le nombre de pratiquants semble en effet rester assez faible, tout comme le volume de vente de ces skis et on remarque que certains fabricants de skis sont en difficultés. Les petites marques ne sont pas toutes en bonne santé et les grands fabricants historiques de ski vis-à-vis du freeski des politiques différentes qui évoluent dans le temps. On peut donc par exemple se demander, si le choix de K2 de se concentrer sur le freeski était une bonne solution. Il faudra aussi dire pourquoi Rossignol a nettement diminué sa participation à l'univers du freeski depuis la deuxième moitié des années 2000 et pourquoi Salomon semble se diriger davantage vers le freeride depuis quelques années. Dans les années futures, on pourra aussi étudier comment la FIS et les différentes fédérations nationales ont accueillis le freeski dans leurs rangs à partir de 2012 et dans la perspective des Jeux Olympiques de Sotchi en 2014. Beaucoup pensent que cela va radicalement changer ce sport et sa culture. C'est ce qu'un historien futur devra déterminer.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrage généraux

ANDREFF Wladimir et NYS Jean-François, *Economie du sport*, Paris, PUF, 2002.

ARNAUD Pierre (dir.), *Le sport moderne en question : innovations et changements sociaux*, Grenoble, AFRAPS, 1990.

BOURDEAU Philippe (dir), *Les sports d'hiver en mutation : crise ou révolution géoculturelle ?*, Paris, Editions Hermès Science publications : Lavoisier, 2007.

BOURG Jean-François et GOUGUET Jean-Jacques , *Economie politique du sport professionnel*, Paris, Vuibert, 2007.

BOURG Jean-François et GOUGUET Jean-Jacques, *Economie du sport*, Paris, La Découverte, 2005.

BOYER Marc, *Histoire générale du tourisme du XVIe au XXIe siècle*, Paris, L'Harmattan, 2005.

BOYER Marc, *Le tourisme de masse*, Paris, L'Harmattan, 2007.

CHANTELAT Pascal, *Economie et management du sport*, Paris, Loisir, 2010.

CORNELOUP Jean, *Gestion du risque dans les activités sportives de nature et milieux extrêmes*, in LIEVRE P., (dir), *La logistique des milieux extrêmes*, Paris, Editions Hermès, pp. 115-132, 2003.

CORNELOUP Jean, *Les théories sociologiques de la pratique sportive*, Paris, Presses Universitaires de France, 2002.

DEBARBIEUX Bernard, *Tourisme et montagne*, Paris, Economica, 1995.

DIDRY Nico, *Les Enjeux de l'événement sportif : Approche économique et étude de cas*, Paris, L'Harmattan, coll. La Librairie des Humanités, 2008.

DURIEUX Laurent, *Les sports de glisse : aménagements et animations*, Paris, Chiron, 2007.

FIZE M., TOUCHE M., *Le skate : la fureur de faire*, Lion-sur-mer, Edition Arcane-Beaunieux, 1992.

GASPARINI William, *Sociologie de l'organisation sportive*, Paris, la Découverte, 2000.

GOUGUET Jean-Jacques (dir.), *Le sport professionnel après l'arrêt Bosman : une analyse économique internationale*, Limoge, Pul : Association internationale des économistes du sport, 2004.

HILLAIRET Dieter, BOUCHET Patrick, *Les marques de sport*, Paris, Economica, 2008.

HUBSHER Ronald, *L'Histoire en mouvement. Le sport dans la société française (XIXe-XXe Siècle)*, Paris, A.Colin, 1992.

KARAQUILLO Jean Pierre, *Droit international du sport*, Boston, Leiden, 2006.

KARAQUILLO Jean Pierre, *Le droit du sport*, Paris, Dalloz, 2011.

LAFORTUNE Jean-Marie, *Introduction aux analyses sociologiques du temps hors travail*, Canada, Presses de l'Université du Québec, 2004.

LORET Alain, *Génération glisse*, Paris, Éditions Autrement, 2003.

LOUVEAU Catherine, *Sociologie du sport, débats et critiques*, Paris, l'Harmattan, 2007.

MESTRE Michel, *Les Alpes : Histoire de l'alpinisme*, Aix en Provence, Edisud, 1996.

MICHON B. et OHL F., *Aspects socio-économique du prix de la pratique sportive*, in *Economie politique du sport*, sous la direction de W. Andreff, Paris, Dalloz, 1989, p. 34-72.

SOULÉ Bastien, COMELOUP Jean, *Sociologie de l'engagement corporel : Risque sportifs et pratiques «extremes» dans le société contemporaine*, Paris, Armand Colin, 2007

TETART Philippe, (dir.) *Histoire du sport en France, De la libération à nos jours*, Paris, Vuibert, 2007.

YONNET Paul, *Jeux, modes et masses 1945-1985*, Paris, Gallimard, 1985.

Ouvrages sur le ski

ACHARD Michel, *Histoire du ski et des sports d'hiver dans le massif du Pilat*, Saint-Etienne, Le Bessat, 1989.

ALLEN E. John B, *Le ski en France 1840-1940*, Saint-Cyr-sur-Loire, Editions Alan Sutton, 2003.

ANTHONY Leslie, *White Planet, a Mad Dash through Modern Global Ski Culture*, Grestone Books, 2011.

ARNAUD Pierre et TERRET Thierry, *Le Ski, roi des sports d'hiver*, dans TERRET Thierry (dir.), *Histoire des sports*, Paris, l'Harmattan, 1996.

BALLU Yves, *L'épopée du ski*, Paris, Editions Arthaud, 1981.

BALLU Yves, *L'hiver de glisse et de glace*, Paris, Découvertes Gallimard, 1991.

BOMPARD Jean-Jacques, *Encyclopédie du ski*, Paris, Herme, 2005.

BOSSO Annie et LAZIER Isabelle, *La grande histoire du ski*, Grenoble, Musée Dauphinois, 1994.

BRACONI Massimo, *Freeski. La nuova scuola del freestyle*, Madrid, Hoepli, 2011.

CONSTANTIN Daniel, *Ski de bosse avec Henri Authier*, Aix-en-Provence, Edisud, 1998.

CHAPPAZ Gilles, *Les Pulls Rouges : la légende des moniteurs de ski*, Grenoble, Glénat, 2004.

DI RUZZA Fortuné et GERBIER Bernard, *Ski en crise : essai sur l'économie du sport*, Gap, PUG, 1977.

DREYFUS Paul : *Sylvain Saudan, skieur de l'impossible*. Paris, Arthaud, 1975.

FAVRE P.-M. : *Le skieur de l'impossible, Sylvain Saudan: victoire à ski sur l'Himalaya : 8068 m*, Lausanne, P.-M. Favre, 1983.

GAUTRAT Jacques, *Dictionnaire du ski*, Paris, Editions du Seuil, 1969.

LABLANDE Francois, *Ski Sauvage*, Paris, Arthaud, 1983.

LOMBARD Jean-Pierre, *Histoire du ski dans les Alpes Maritimes de 1909 à 1939*, Nice, Giletta Editions, 1986.

LUNN Arnold, *Histoire du ski*, Paris, Payot, 1953.

MERLE Roger, *Histoire du ski dans le Briançonnais*, Gap, Ophrys/Alpes et Midi, 1989.

MORALES Yves, *La naissance du ski dans le Jura français*, dans Travaux 1992, Lons-le-Saunier, Imprimerie moderne, 1993.

ODDOUX Frank, *Snowboard*, Paris, E.P.A, 1998.

PÉRÈS Marcel, *Les ski Alpin*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ? , 1986.

POIRIER Diane-Elisabeth, *Le ski et ses modes : 100 ans de sports d'hiver*, Paris, La Table Ronde, 2002.

TRAYNARD Philippe et Claude (dir.), *Ski de Montagne*, Paris, Arthaud, 1974.

WEILL Claude, *Shuss! Histoire des sports d'hiver*, Paris, Du May, 2008.

Ouvrages sur le freeski

CANIVENQ Pierre, *Free-ride spirit*, Bayonne, Uméa, 2000.

GARENNE Pierrick, *Ski Freeride*, E.P.A, 1999.

GROSPIRON Edgar, JACCOUX Antoine, *Le monde du freeride*, Genève, Minerva, 2006.

SJOSTROM Christoffer, *The Book Of Candide*, 2009.

Etudes, thèses et mémoires

ALLIX Guillaume, *Étude de faisabilité d'un projet de diversification dans le ski freeride*, Rapport de stage : DESS Économie du sport et des loisirs, Saint-Martin d'Hères, UPMF, 2001.

BONALDI Aurelie, *Dans quelle mesure la création d'un événement doit elle être considérée comme la création d'une marque ? Cas de l'agence d'événement Like That, spécialisée dans les événements ski et snowboard*, Mémoire : M2 Stratégies économiques du sport et du tourisme, Saint-Martin-d'Hères, UPMF, 2002.

CHASTAN Amandine, *Dynamisation d'une station de ski*, Mémoire : M2 Stratégies économiques du sport et du tourisme, Grenoble, UPMF, 2005.

IDESHEIM Maxence, Le brevet d'état de ski alpin face au snowboard et aux nouvelles tendances du ski, Mémoire : DESS Economie du sport et des loisirs, Grenoble, UPMF, 2002.

Ministère de la Jeunesse et des Sports, *Les sports d'hiver : pratiques et pratiquants*, Bulletin de statistiques et d'études n°06-06, Rédigé par Patrick THIERY, Paris, Aout 2006.

REYDET Pierre, *Les industries liées aux sports d'hiver*, Notes et documents de l'INSEE Rhône-Alpes, 1989.

MONCORGE Mary, *La multinationalisation du ski*, Mémoire : M1 Economie internationale et stratégies des acteurs, Grenoble, UPMF, 2005.

POPIS Sandra, *Première coupe du monde de ski freestyle dans les Pyrénées*, Mémoire de DESS, Montpellier 2, 2001.

Service d'étude et d'aménagement touristique de la montagne (SEATM), *L'aménagement des pistes de ski*, Chambery, 1974.

SEATM, *Bilan de la saison 2001-2002 des sports d'hiver : le ski alpin et disciplines assimilées, le ski de fond*, Challes-les-Eaux, 2002.

THOMASSET Charlène, *Mise en mot et mise en scène du freeski dans la presse*, Mémoire maîtrise : science de l'information et de la communication, Grenoble, Université Stendhal, 2003.

Revue et périodiques généraux

ANDREFF Wladimir, « Le muscle et la machine. Le dialogue entre le sport et l'innovation », *Culture Technique*, 1985

BASSON, J.-C., SMITH A., « La socialisation par le sport : revers et contre-pieds. Les représentations sociales du sport de rue », in *Les Annales de la recherche urbaine*, n°79, 1998

DESBORDES Michel, « Le management de l'innovation dans l'industrie du sport. Variations autour du cas Salomon », in *Les Annales des mines*, décembre 1998, p. 14-25.

GOUGUET Jean-Jacques (dir.), *Le sport professionnel après l'arrêt Bosman : une analyse économique internationale*, Limoge, Pul : Association internationale des économistes du sport, 2004

HILLAIRET Dieter, « Existe-t-il un milieu innovateur dans l'industrie du sport ? », in *Innovations*, n°16, 2002.

SOULÈ Bastien et CORNELOUP Jean, *La gestion des risques dans les stations de sports d'hiver*, Revue Espaces, n° 73, Juin 2002.

TERRANI Yves, « Sylvain Saudan, le père du free ride », *Outdoor magazine*, hiver 2007, p. 38.

POIZAT Dominique, « Qui sont les pratiquants du ski hors-pistes ? », *Les cahiers espaces, Risques et sécurité dans le tourisme et les loisirs*, n° 73, juin 2002.

Périodiques sur le ski et le freeski

Edition Freepresse (Français)

Fluid, annuel créé en 1980

Skitime, trimestriel, gratuit

Weski, trimestriel créé en 2005, 25000 exemplaires

Edition Grindmedia (USA)

Powder Magazine, bimensuel créé en 1971, 70000 exemplaires

Snowboarder, 8 numéros par an, 70000 exemplaires

Edition TransWorld Media (USA)

Freeze Magazine, créé en 1996, arrêté en 2004

Edition Nivéäl (Français)

Blast, bimestriel créé en 1999, suspendu en 2001

Snowsurf, mensuel créé en 1994, 14000 exemplaires

Skieur Magazine, bimestriel créé en 1992

Sites Internet

Sites francophones sur le ski et le freeski

Dailyfreeski.com

Downdays.eu

Ffs.fr

Free-skieur.com

Freeski-experience.com

Freestyle-motion.fr

If3.fr

If3.ca

Ridepark.com

Skidimension.com

Skipass.com

Skieur.com

Skiinfo.com

Skitour.com

Skivibes.com

Sport.fr

Swissfreeski.ch

Tignes.net
Urbanplagne.com
Zapiks.com
Zoneski.com

Sites anglophones sur le ski et le freeski

Afpworldtour.com
Backcountry.com
Freeride.cz
Freerideworldtour.com
Freeskier.com
Freeskier.org
Freeskiing.co.uk
Freeskiingworldtour.com
Fis-freestyle.com
Newschoolers.com
Powdermag.com
Sbcskier.com
Ski-review.com
Skifilmreviews.com
Skimovies
Sportgearguide.com
Theullrinfluence.wordpress.com
Usfreeskiing.com
White.soulonline.nl

Marques

4frnt.com
Armadafreeskiproject.com
Armadaskis.com
Atomicsnow.com

Blackcrows-ski.com
Duretskis.com
Dynastar.com
Elanskis.com
Levelgloves.com
Monsterenergy.com
Orage.com
Oakley.com
Quiksilver.com
Redbull.com
Ripcurl.com
Rossignol.com
Rockstarenergy.fr
Scott-sport.com
Sfrjeunestalents.com
Salomon.com
Salomonarchives.com
Salomonfreeski.com
Lineskis.com
Zagskis.com

Skieurs, crews et entreprises de productions

2checkout.com
4b91media
Awonefilms.com
Britshfreeskicamps.com
Candidekamera.com
Chaozproduction.com
Ctr-crew.com
Eskmedia.com
Fieldproductions.com
Followus.tv
Freeski-crew.com

Garchoisfilms.com
Gpsyfeelin.com
Gregstumpproductions.cpm
Inspiredmedia.tv
Jon-olsson.com
Legsofsteel.eu
Level1productions.com
Linetravelingcircus.com
Manugaidet.com
Meatheadfilms.com
Nimbusindependent.com
Nipwitz.com
Poorboyz.com
Pvscompany.com
Ragefilms.com
Sethmorisson.net
Sherpascinema.com
Skimovie.com
Steptproduction.com
Sweposse.com
Tannerhall.com
Tetongravity.com
Thelinetravelingcircus.net
Theory-3.com
Tktv.net
Voleurz.com
Warrenmillertv.com
Wmefootage.com

Autres sites

Allisports.com
Businessweek.com
Canadianmountainholidays.com
Dailymotion.com
Espn.go.com

Extreme.com
Facebook.com
Google.com
Grindmedia.com
Ledauphine.com
Lefigaro.fr
Lexpress.fr
Linternaute.com
Franceo.fr
Freepresse.com
Ina.fr
Imdb.com
Justme.ws
Mtexpress.com
Nuitdelaglisserie.com
Nytimes.com
Olympic.org
Oxforddictionaries.com
Retallack.com
Sportillustrated.cnn.com
Youtube.com
Vagueetvent.com
Vimeo.com
Web.archive.org
Wikipedia.org

Pages de Facebook

Facebook.com/if3festival
Facebook.com/ATOMICKIING
Facebook.com/blackcrows.skis
Facebook.com/CandideTHOVEX
Facebook.com/chris.benchetler
Facebook.com/coreupt

Facebook.com/dailyfreeski
Facebook.com/dewtour
Facebook.com/downdays
Facebook.com/eskmedia
Facebook.com/faction
Facebook.com/fisfreestyle
Facebook.com/FreerideWorldTour
Facebook.com/freestyle.motion
Facebook.com/HenrikHarlautAKAeDollo
Facebook.com/HippyFamilly
Facebook.com/K2skis
Facebook.com/KumyYamaGames
Facebook.com/lesarcs
Facebook.com/legsofsteelskiing
Facebook.com/Linetravelingcircus
Facebook.com/milletmountainexperience
Facebook.com/MSPFilms
Facebook.com/neophilefamilia
Facebook.com/nipwitz
Facebook.com/Orage
Facebook.com/pages/Gavaggio-Enak-Officiel/224461230970932
Facebook.com/pages/JP-Auclair/276527814655
Facebook.com/pages/Mike-Douglas/289976294638
Facebook.com/pvsccompany
Facebook.com/SalomonFreeski
Facebook.com/Section-Freeski-des-Belleville
Facebook.com/shanemcconkey
Facebook.com/skipass
Facebook.com/SwatchSkierCup
Facebook.com/thedewtour
Facebook.com/ThomasKrief.TKTV
Facebook.com/TwoTip
Facebook.com/urbanplagnefestival
Facebook.com/Xav.bertoni
Facebook.com/XGames

Annexe 1 : Quelques exemples tirés des gammes de freeski du milieu des années 2000

Voici une sélection de skis de freestyle et de freeride du milieu des années 2000. Il donne un aperçu du design, de la taille et de la largeur des skis.
Source : skipass.com et skireviews.com.

Armada

2006/2007

Freestyle Feminin :

-**ARW** : 105 (Spatule)-74(patin)-95(talon)(151) / 113-81-103 (161) / 114-82-104 (166) / 115-83-105 (171)

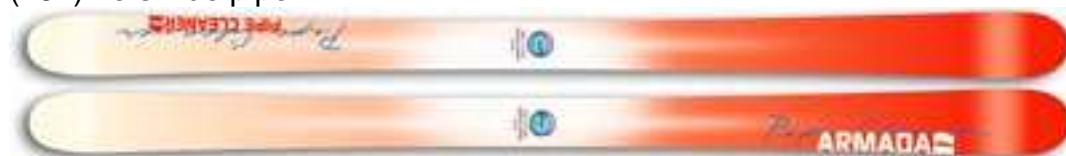


Freestyle Masculin :

-**Ar6** : 114-82-104 (161) / 115-83-105 (166) / 116-84-106 (171) / 117-85-107 (176) / 118-86-108 (181). Park and Pipe polyvalent. Sa largeur lui permet de se transformer en All Mountain



-**Pipe Cleaner** : 114-82-104 (166) / 115-83-105 (171) / 116-84-106 (176) / 117-85-107 (181) Le ski de pipe.



-**T-Hall** : 114-82-104 (161) / 115-83-105 (166) / 116-84-106 (171) / 117-85-107 (176) / 118-86-108 (181). Le pro model de Tanner Hall. Rendu plus léger que ses prédécesseurs.

Le fabricant l'annonce également plus polyvalent avec une largeur plus prononcée et de grandes tailles ajoutées.



Freeride/Backcountry

-**ANT** : 133-106-123 (191) Modèle d'abord orienté Big Mountain. Selon le fabricant il a été rendu plus souple pour la pratique du Backcountry par Anthony Boronowsky.



-**JP vs. Julien** : 126-103-116 (178/188) Le ski de freestyle backcountry d'Armada développé par les deux skieurs Julien Regnier et J.-P. Auclair. Très souple et large pour des réceptions et une conduite facile. Très relevé à l'arrière, pour les réceptions ou le ski en switch.



-**ARV** : 120-89-109 (165) / 125-92-114 (175) / 130-95-119 (185). Le ski all mountain, plutôt orienté big mountain, présenté par le fabricant comme un ski de caractère en poudreuse, capable de carver, un ski de performance.



Atomic

2004/2005

Freeride/Backcountry

-**AFT Sugar Daddy** : 124-99-118 (153/163/173/183) Ski de freeride orienté Big Mountain. Très large pour l'époque



2006/2007

Freestyle Masculin:

-**Deviant** : 112-78-102 (163/172/181) Le ski de park.



-**Lil'Punx** : 105-72-97 (130/140/150) Le ski freestyle pour enfant.



- **Triplets HP** : 112-178-102 (163/172/181) Le ski de pipe.



- **Triplets Urban** : 111-84-111 (166/175/184). Seul ski véritablement Twin Tip c'est-à-dire symétriques. Doubles carres.



-**Twins** : 107-74-97 (153/164/175) Même programme que le Deviant avec des lignes de cotes plus fines.



-**She Devil** : 110-78-100 (150/163/172) Le ski freestyle pour filles.



Freeride/Backcountry:

-**Pimp** : 126-99-117 (183). Ski de Freestyle backcountry.



-**Thug** : 140-120-133 (191/192). Le ski de backcountry pour les grosses conditions. Ligne de cotes très larges pour l'époque.



-**Snoop Daddy** : 125-88-111 (163-174-185) Ski freeride/All Mountain accessible. 479e



-**Sugar Daddy** : 124-99-115 (153/163/173/183/193) Le grand frère du Snoop Daddy plus large et qui conserve le même programme en s'adressant à des skieurs plus confirmés et disponible en de nombreuses tailles. 529e



-**Big Daddy** : 145-125-129 (190) L'ainé de la gamme freeride, très large avec un rayon de plus de 40m. Destiné au big mountain.



Dynastar

2006/2007

Freestyle :

-**Get'n Trouble** : 112-78-102. Ski freestyle performant.



-**Nothing But Trouble** : 112-78-102. Le ski freestyle débutant.



-**Troubled Youth, Team Trouble, Sweet Trouble** : trois skis freestyle pour les enfants entre 139 et 264e

Freeride :

-**Legend Pro Rider** : 124-97-116. Le ski de big Mountain rigide et large.



-**Legend Pro XXL** : 132-109-122 Même programme que le Pro Rider mais plus large.



-**Legend 8000** : 116-79-102 Le petit frère de la gamme freeride Legend. S'approche du All Mountain même s'il reste décrit comme un ski de freeride.



-**Big Trouble** : 124-92-114. Recondution du modèle de freestyle Backcountry aux lignes de cotes encore raisonnables. 449e



-**Exclusive Legend** : 114-75-102. Le ski de freeride féminin encore très proche d'un ski de piste par ses lignes de cotes.



Elan :

2006/2007 :

Freestyle :

-M Fuego : 110-78-100, (160/170/180). Le seul ski freestyle de la marque.



www.SKIPASS.COM 2006

Freeride :

-999 : 129-99-119, (170, 181, 192) Ski polyvalent Freeride.



www.SKIPASS.COM 2006

-1111 : 161-121-141 (184). Taille unique pour ce ski Big Mountain très large agrémenté d'une queue de pie.



www.SKIPASS.COM 2006

-MO2 2 : 122-91-112 (165/175/185). Le freestyle Backcountry de la marque



www.SKIPASS.COM 2006

K2 :

2006/2007

Freestyle :

-Public Enemy : 118-85-109 (159/164/169/174/179) Pas moins de 5 tailles pour ce ski de snow park dont les lignes de cotes incitent à sortir des pistes.



www.SKIPASS.COM 2006

-Fujative : 113-85-104 (159/169/179). Ski freestyle park/pipe/jib. Conçu par Pep Fugas.



www.SKIPASS.COM 2006

-Silencer : 113-80-104 (159/169/179). Ski freestyle entrée de gamme, plus rigide et moins large. Plus dans l'esprit des ski de freestyle des années précédentes.



www.SKIPASS.COM 2006

-Miss Demeanor : 113-80-104 (154/159/164/169). Le ski freestyle féminin qui partage les même lignes de cotes que le Silencer. Twin-Tip.



www.SKIPASS.COM 2006

Freeride :

-Seth : 130-98-118 (169/179/189). Le pro-modèle de Seth Morisson se veut plutôt axé freeride et freestyle Backcountry.



www.SKIPASS.COM 2006

-Made'N Ak : 137-108-127 (179/189). Le ski freestyle Backcountry haut de gamme.



www.SKIPASS.COM 2006

- Apache Pontoon : 160-130-120 (179). Veritable innovation dans le ski freeride, ce ski est pourvu d'un rocker et d'un flex inversé au talon. Première année de ce ski démesuré conçu par et pour Shane McConkey.



www.SKIPASS.COM 2006

-Nancy : 128-95-118 (159/169/179) Première année de ce ski de freeride féminin, adaptation du Seth Vicious pour un programme polyvalent freeride. Très large pour un ski féminin de l'époque.



www.SKIPASS.COM 2006

-T9 Phat Luv : 128-95-118 (153/160/167/174) Plus de tailles pour ce ski féminin d'avantage programmé pour le freestyle backcountry que le Nancy.



www.SKIPASS.COM 2006

Movement :

2006/2007

Freestyle :

-Joystick : 113-80-105 (166/176) Reconstitution du Joystick avec une nouvelle construction.



www.SKIPASS.COM 2006

-Kamasutra : 120-88-113 (169/179) Nouveauté de la gamme freeski de Movement, ce ski est destiné au freestylers confirmés qui recherchent des lignes de cotes plus larges. Même construction que le Joystick.



www.SKIPASS.COM 2006

-Sista : 113-80-105 (166/176) Le ski de freestyle féminin. Semble être la copie du Joystick tant par ses lignes de cotes, ses tailles et sa construction, même si le flex a dut être assouplit et que le design s'adresse d'avantage aux femmes.



WWW.SKIPASS.COM 2006

Freestyle Backcountry :

-Gladiator : 125-92-113 (183). Même construction que les Joystick pour ce ski de freestyle backcountry plus large que ses compères.



WWW.SKIPASS.COM 2006

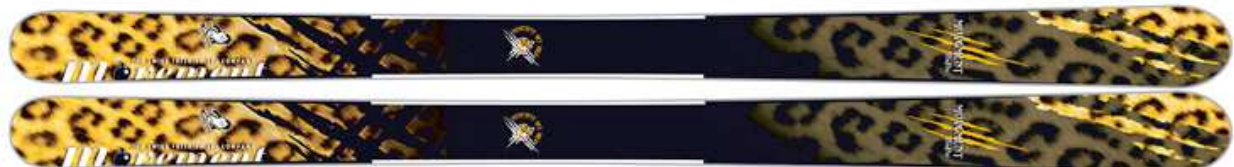
Freeride :

-Goliath : 135-108-125 (191) Nouveau ski qui se place dans la catégorie big mountain performance. Utilise la même construction que les autres skis de la gamme freeski. Prix très élevé.



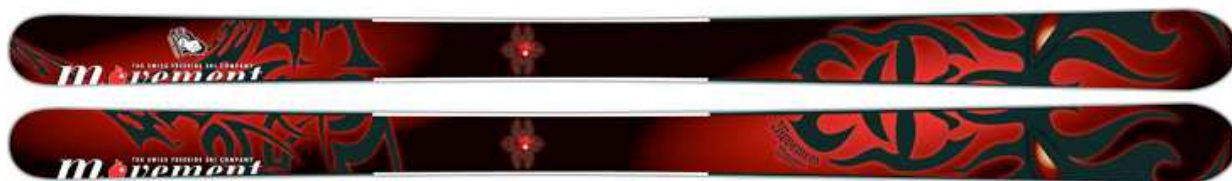
WWW.SKIPASS.COM 2006

-Powpow : 125-92-113 (193) Très grande taille unique pour ce ski destiné au freeride performant.



WWW.SKIPASS.COM 2006

-Thunder : 122-88-111 (177/187) . Ski freeride accessible et à l'aise dans toutes les conditions. Apparemment assez rigide.



WWW.SKIPASS.COM 2006

-Black Rose : 120-87-103 (175/185) Le ski freeride polyvalent pour les femmes.



WWW.SKIPASS.COM 2006

Nordica :

2006/2007

Freestyle

-Ignition : 122-84-112 (163/170/177) Le nouveau ski de freestyle de la gamme.



WWW.SKIPASS.COM 2006

-Olympia Ignition : 122-84-112 (163/170/177). Même construction même prix et même taille que l'Ignition pour ce ski destiné aux freestyle féminin.



WWW.SKIPASS.COM 2006

Freestyle Backcountry :

-Enforcer : 135-98-125 (177/185). Ski large et qui assume un programme polyvalent freestyle/freeride/piste. Noyau bois, titane, champ droit.



WWW.SKIPASS.COM 2006

Freeride :

-Hot rod jet fuel : 126-84-112 (170/178/186) Ski de freeride all-mountain qui conserve un design et des capacité de ski de piste classique et cherche la haute performance. C'est le ski le plus cher de Nordica.



www.SKIPASS.COM 2006

-Blower : 139-110-129 (185/193) Deux position possible pour le placement des fixations sur ce ski aux lignes de cotes généreuse.



www.SKIPASS.COM 2006

Salomon :

2004/2005

Freestyle :

Teneighty : 151/161/171/181, 114-80-108.



Freeride :

Pocket Rocket : 165/175/185, 122-90-115 Orienté freeride et backcountry.



2005/2006

Freestyle

-**Teneighty Foil** : 150 : 124-79-111, 158 : 124-81-112 166, : 124-83-113, 174 : 124-85-114, 182 : 124-87-115 Ligne de cotes imposantes pour un ski de freestyle de cette époque. Recherche de polyvalence.



Freeride/Backcountry

-**Teneighty Gun** : 130-92-122 (154) 130-94-123 (164) / 130-96-124 (174) / 130-101-126 (188). Ancien Pocket Rocket, il se dotent de 101 millimètre au patin dans sa plus grande taille.



2006/2007

Freestyle Feminin :

-**Tempress** : 151/161/171 114-80-108



Freestyle masculin :

-**Teneighty Foil** : 124-79-111 (150) / 124-81-112 (158) / 124-83-113 (166) / 124-85-114 (174) / 124-87-115 (182). Le ski freestyle polyvalent freeride/piste.



-**Teneighty SPK** : 110-77-102 (168) / 113-79-106 (180) Le ski de half-pipe développé avec Simon Dumont et C.-R. Johnson.



-Teneighty Flyer : 110-76-102 (141) / 110-75-103 (151) / 110-80-104 (161) / 110-81-105 (171). Le ski polyvalent pour la jib ou le park



-Teneighty Thruster : 151/161/171/181, 114-80-108. Le ski freestyle débutant de Salomon.



-LAB The Dumont : 176, 117-83-110, Premier Pro Modèle de Simon Dumont.



Freeride/Backcountry féminins :

-Mynx : 124-79-111 (150) / 124-81-112 (158) / 124-83-113 (166) / 124-85-114 (174)



-Scarlet : 130-92-122 (154) / 130-94-123 (164) / 130-96-124 (174)



Freeride :

-AK Rocket : 195, 130-95-114, ski a queue de pie orientés Big Mountain



Annexe 2 : Les cambres

Sources : skipass.com

Cambre normale :



Cambre inversée :



Rocker avant et cambre normal :



Double Rocker et cambre normale :



Double Rocker et cambre plate :



Résumé

Nous montrerons à travers ce travail de quelle manière le freeski s'est construit pour devenir une discipline à part entière. Il permet de proposer une première définition historique de mouvement qui sera indispensable pour un travail plus approfondi sur l'univers du freeski et sur certaines de ses particularités. Dans un premier temps, nous exposerons la méthodologie suivie pour fixer les repères bibliographiques de l'histoire du freeski, puis les sources traitant du freeski, et enfin nous étudierons l'histoire du freeski.